

Suomenlinnan matkailijaprofiili 2013

Janette Elomaa, Rebecca Yildirim

Opinnäytetyö
Matkailun liikkeenjohdon
koulutusohjelma
2013



Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma

| | |
|--|---|
| Tekijä tai tekijät Janette Elomaa, Rebecca Yildirim | Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2010 |
| Raportin nimi Suomenlinnan matkailijaprofiili 2013 | Sivu- ja liitesivumäärä 88 + 12 |
| Opettajat tai ohjaajat Mikko Laitinen | |
| <p>Suomenlinnan historiallinen merilinnoitus on yksi Suomen suosituimmista nähtävyyshkohteista ja Unescon maailmanperintökohde. Ympäri vuotisessa kohteessa käy vuosittain keskimäärin 700 000 kävijää, joista 75 prosenttia toteuttaa vierailun touko-syyskuun aikana. Suomen valtiolle kuuluvaa Suomenlinnaa hallinnoi opetus- ja kulttuuriministeriön alainen virasto, Suomenlinnan hoitokunta, joka on tämän työn toimeksi-antaja.</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millaisia olivat Suomenlinnan peruskävi-jät kohteen huippusesongin aikana touko-syyskuussa vuonna 2013. Tarkoituksena oli tuottaa arvokasta tietoa Suomenlinnan hoitokunnan ja Suomenlinnassa toimivien yrittä-jien käyttöön tuotteiden ja palveluiden kohdentamista, markkinointia ja jatkotutkimuk-sia varten. Tutkimuksen taustana ovat aiheetta sivuavat edelliset opinnäytetyöt vuosilta 2006 ja 2010, Suomenlinnan Liikenne Oy:n ja JT-Line Oy:n Suomenlinnan lauttojen kävijätilastot vuodelta 2012 ja kyselylomakkeella suoritettun kyselyn tulokset. Tietope-rusta pohjautuu Suomenlinnaa ja Unescoa koskevaan kirjallisuuteen, uutisointiin ja in-ternetlähteisiin.</p> <p>Kvantitatiivisen tutkimuksen menetelmäksi valittiin kyselylomakkeella suoritettu lyhyt kysely, joka käännettiin kymmenelle eri kielelle. Kyselyt suoritettiin touko-syyskuussa vuonna 2013 Suomenlinnaa suuntautuvan matkailijaliikenteen yhtymäkohdissa Hel-singin Kauppatorilla, Suomenlinnan lautoilla ja lauttalaitureilla. Kyselyn otos, 850 vas-taajaa, kerättiin satunnaisotannan avulla otantasuunnitelman mukaisesti. Vastaukset analysoitiin Webropol 2.0. -sovelluksen ja Microsoft Office Excelin avulla. Tulokset on esitetty tilastografiikkaa hyödyntäen.</p> <p>Tutkimustuloksista selviää suomalaisten olevan suurin Suomenlinnan matkailijaryhmä ja toiseksi suurin on venäläiset matkailijat, erityisesti venäläiset lapsiperheet. Kiinalaiset olivat kolmanneksi suurin ja saksalaiset neljänneksi suurin matkailijaryhmä. Suurin osa suomalaisista Suomenlinnan kävijöistä asuu pääkaupunkiseudulla. Lomamatka oli suo-situin Suomenlinnan matkan tarkoitus sekä suomalaisille että ulkomaalaisille, kun taas työmatkalla oli useimmiten pääkaupunkiseudulla asuva suomalainen.</p> | |
| Asiasanat Suomenlinna, profilointi, kvantitatiivinen tutkimus, markkinointi | |

Tourism Management

| | |
|--|---|
| Authors Janette Elomaa, Rebecca Yildirim | Group or year of entry 2010 |
| The title of thesis Visitor profile of Suomenlinna 2013 | Number of report pages and attachment pages 88 + 12 |
| Advisor(s) Mikko Laitinen | |
| <p>Suomenlinna is a historical sea fortress which is one of the most popular attractions in Finland and it is an UNESCO World Heritage Site. Annually Suomenlinna attracts approximately 700 000 visitors and 75 percent of this amount visits the attraction between May and September. Suomenlinna is open year-round. Finnish Government owns Suomenlinna Sea fortress and it is ruled by The Governing Body of Suomenlinna, which is the principal of this report.</p> <p>The aim of this thesis was to find out who were the main visitors in Suomenlinna during the high season from May to September 2013. The goal was to produce valuable information for The Governing Body of Suomenlinna and for the entrepreneurs in the sea fortress. The results and provided information can be used for targeting services and products in marketing, and for the further research. The thesis' theory is based on the survey results, on the theses made earlier in the years of 2006 and 2010, and on the information from the visitor statistics in 2012 by Suomenlinna Liikenne Oy and JT-Line Oy. The theory of this thesis is also based on literature, news coverage and internet sources.</p> <p>The quantitative research method was chosen for the report and the survey was carried out with a questionnaire, which was translated into ten languages. The survey was implemented between May and September in 2013 at the Market Square in Helsinki close to the departure points for Suomenlinna ferries. The total sample of questionnaire was 850 answers, which were collected by using a random sampling method. The results were analyzed with the help of Webropol 2.0. -application and Microsoft Office Excel.</p> <p>Based on the results, Finnish visitors are the major visitor group in Suomenlinna and most of them are living in Helsinki region. Russian visitors, especially Russian families, are the second largest visitor group, and the third biggest group is Chinese visitors. The fourth biggest visitor group is German visitors. Both Finnish and foreign visitors visit Suomenlinna mostly for a holiday purpose. Most of the business travelers are Finnish living in Helsinki region.</p> | |
| Key words Suomenlinna, profiling, quantitative survey, marketing | |

Sisällys

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 2 | Matkailijan Suomenlinna | 4 |
| 2.1 | Kulttuurinähtävyys kansallismaisemassa | 4 |
| 2.2 | Historiallinen merilinnoitus | 7 |
| 2.3 | Suomenlinnan hoitokunta | 9 |
| 2.4 | Suomenlinna Unescon maailmanperintökohteena | 11 |
| 2.5 | Unescon maailmanperintökohteet Suomessa | 13 |
| 3 | Matkailijaliikenne Suomenlinnaan | 15 |
| 3.1 | JT-Line Oy | 15 |
| 3.2 | Suomenlinnan Liikenne Oy | 20 |
| 3.3 | Muu tilausristeilyliikenne Suomenlinnaan | 24 |
| 4 | Tutkimuksen toteutus | 26 |
| 4.1 | Tutkimusongelma, tutkimuskysymykset ja työn tavoitteet | 26 |
| 4.2 | Tutkimusmenetelmä ja otanta | 30 |
| 4.3 | Kyselylomakkeen laatiminen | 32 |
| 4.4 | Tutkimuksen eteneminen ja aineiston keruu | 36 |
| 4.5 | Hyvän tutkimuksen perusvaatimukset | 38 |
| 5 | Tutkimuksen tulokset | 40 |
| 5.1 | Kävijöiden sukupuoli ja ikä | 40 |
| 5.2 | Kävijöiden kotimaa ja äidinkieli | 42 |
| 5.3 | Suomalaisten kävijöiden kotipaikka | 46 |
| 5.4 | Kävijöiden matkan tarkoitus | 47 |
| 5.5 | Tulosten ristiintaulukointi | 47 |
| 6 | Tutkimuksen johtopäätökset | 52 |
| 6.1 | Tulosten tulkinta ja johtopäätökset | 52 |
| 6.2 | Suomenlinnan peruskävijät | 55 |
| 6.2.1 | Suomalainen työmatkustaja | 56 |
| 6.2.2 | Venäläinen lapsiperhe | 57 |
| 6.2.3 | Kiinalaisten matkailijoiden ryhmä | 59 |
| 6.2.4 | Saksalainen nuori pariskunta | 62 |

| | |
|--|-----|
| 6.3 Tulosten vertailu aiempiin Suomenlinnan kävijätutkimuksiin..... | 64 |
| 6.4 Unescon kohteiden kävijätilastojen vertailu Suomenlinnan kävijäprofiliin | 67 |
| 6.5 Helsingin yöpymistilastojen suhde Suomenlinnan matkailijaprofiliin | 70 |
| 6.6 Validiteetin ja reliabiliteetin arviointi | 74 |
| 6.7 Tutkimuksen merkitys ja jatkotutkimusehdotukset | 76 |
| 6.8 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi | 78 |
| Lähteet..... | 81 |
| Liitteet..... | 89 |
| Liite 1. Kuvio 19. Kävijöiden kotimaa ja sukupuoli ristiintaulukoituna | 89 |
| Liite 2. Prosenttiosuuksien virhemarginaalit..... | 90 |
| Liite 3. Suomenkielinen kyselylomake | 91 |
| Liite 4. Ruotsinkielinen kyselylomake..... | 92 |
| Liite 5. Englanninkielinen kyselylomake | 93 |
| Liite 6. Venäjänkielinen kyselylomake | 94 |
| Liite 7. Saksankielinen kyselylomake | 95 |
| Liite 8. Ranskankielinen kyselylomake | 96 |
| Liite 9. Italiankielinen kyselylomake | 97 |
| Liite 10. Espanjankielinen kyselylomake | 98 |
| Liite 11. Japaninkielinen kyselylomake | 99 |
| Liite 12. Kiinankielinen kyselylomake | 100 |

1 Johdanto

Suomenlinnan hoitokunnalle toimeksiantona tehdyn opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millainen on Suomenlinnan matkailijaprofiili, eli millaisia ovat tyypilliset Suomenlinnaan saapuvat matkailijat. Työn tarkoituksena oli tuottaa arvokasta ja hyödynnettävää tietoa Suomenlinnan matkailijoiden koostumuksesta aiempia kävijätutkimuksia tarkemmin erityisesti Suomenlinnan hoitokunnalle ja Suomenlinnassa toimiville yrittäjille. Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää erityisesti Suomenlinnan markkinoinnissa, tuotteiden ja palveluiden kohdentamisessa ja jatkotutkimuksissa. Suomenlinnan kävijöiden perusjoukon selvittyä voidaan seuraavissa kävijätutkimuksissa tehdä luotettavampia johtopäätöksiä tutkimustuloksista ja voidaan tarkistaa otannan ongelmakohtia. Ympärivuotinen, Suomen suosituimpiin kuuluva kohde houkuttelee vuosittain yli 700 000 kotimaista ja ulkomaalaista matkailijaa, joista suurin osa vierailee Suomenlinnassa huippusesongin aikaan touko-syyskuussa. Ennen tätä tutkimusta suuresta matkailijamäärästä ei ollut tehty luotettavaa ja tarkkaa profilointia, joten arviot matkailijoista perustuivat epäluotettavaan havainnointiin ja arvailuun.

Aihe on tärkeä sekä Suomenlinnan hoitokunnalle että Suomenlinnassa toimiville palveluntuottajille, sillä selvitetyn matkailijaprofiilin ansiosta markkinoinnin kohdentaminen onnistuu paremmin ja matkailijoille voidaan tarjota laadukkaampia ja yksilöllisempiä kokemuksia, tuotteita ja palveluita. Merkittävimpien ja marginaalisten matkailijaryhmien ollessa selvillä voidaan päättää tosiasioiden perusteella, mihin kieliin tulisi palveluiden tuottamisessa keskittyä ja miten kielivalikoimaa tulisi laajentaa. Markkinoinnin onnistumisen kannalta matkailijaprofiilin selvittäminen on erittäin tärkeää halutun kohde-ryhmän saavuttamiseksi, jotta tiedetään millaisia matkailijoita kohde yleensä kiinnostaa. Matkailijat on helpompi tavoittaa, kun tiedetään miten markkinointi tulisi kohdentaa ja potentiaaliset asiakkaat tunnistavat markkinoidun kohteen juuri heitä kiinnostavaksi. Säännöllisesti toteutettujen matkailijaprofiilin selvitysten ansiosta voidaan tarkastella määritellyillä aikaväleillä, onko kohteen matkailijaprofiilissa tapahtunut muutoksia tai onko kohteen kävijöiden tyytyväisyys vaihdellut vuosittain. Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää jatkossa seuraavissa tutkimuksissa, jolloin pohjatyö niitä varten on jo tehty. Tämän matkailijaprofiilitutkimuksen avulla voidaan tulevaisuudessa kävijätutkimuksissa välttää vinoutunutta otantaa, jolloin ali- ja ylipeittoa joissakin kävijäryhmissä voidaan

estää. Tulevissa tutkimuksissa voidaan selvitettyä matkailijaprofiilia käyttää vertailuaineistona, jolloin tässä työssä selvitettyä perusjoukkoa verrataan uusiin saatuihin tuloksiin.

Tutkimus pohjautuu Suomenlinnan Liikenne Oy:n ja JT-Line Oy:n Suomenlinnan lautojen kävijätilastoihin vuodelta 2012, aihetta sivuaviin edellisiin opinnäytetöihin vuosilta 2006 (Smyk & Vehkakoski 2007) ja 2010 (Törmäkangas & Partanen 2011) ja kyselylomakkeella suoritettuun kyselyyn. Tutkimus rajattiin tutkimusongelman perusteella, sillä tarkoituksena oli selvittää Suomenlinnan peruskävijät kesäsesongin aikana vuonna 2013. Helsingin seudun liikenne -kuntayhtymä lähetti pyynnöstä sähköpostitse Suomenlinnan lautan matkustajamäärät kesältä 2012 Excel -tiedostomuodossa. JT-Line Oy:ltä pyydettiin myös sähköpostitse tiedot kesän 2012 matkustajamääristä yrityksen vuoro- ja tilausristeilyliikenteeltä ja PDF -muodossa saadut tilastot muunnettiin Excel -tiedostomuotoon. Molempien yritysten kesän 2012 matkustajamäärät on esitetty havainnollisesti Excel -kuvioilla, joista selviää tälle tutkimukselle oleelliset tosiasiat tutkimusongelman selvittämiseksi. Analysoimalla kyseisiä matkustajatilastoja saatiin selville, mitkä viikonpäivät ovat suosituimpia vierailupäiviä ja mitkä kuukaudet lukeutuvat kesän huippusesonkiin. Analysoinnin perusteella tehtiin otantasuunnitelma, jonka mukaan suoritettiin keräykset.

Tutkimuksen kysely tehtiin kyselylomakkeiden avulla vuonna 2013 huippusesongin aikana touko-syyskuussa, jolloin Suomenlinnassa vierailee eniten matkailijoita koko vuonna. Vastaajat valikoituivat otantasuunnitelman (taulukko 1.) mukaisesti valittuina viikonpäivinä sekä Suomenlinnan Liikenne Oy:n että JT-Line Oy:n Suomenlinnan lautoilla matkaavista ja lauttalaitureilla odottavista matkailijoista. Tutkimuksessa käytettiin satunnaisotantamenetelmää, joten jokaisella kävijällä on ollut yhtä suuri todennäköisyys tulla valituksi otokseen. Kyselyn tutkimuskysymyksiä olivat kävijän ikä, sukupuoli, kotimaa, äidinkieli ja matkan tarkoitus. (Litteet 3.-12.) Lisäksi suomalaisilta vastaajilta kysyttiin erikseen heidän asuinpaikkaansa siten, että se rajautui pääkaupunkiseudulle, Etelä-Suomeen tai muuhun Suomeen. Aluejaon kriteereinä käytettiin Tilastokeskuksen (2006) julkaisemaa määritelmää Suomen aluejaosta. Tutkimuksen tulokset analysoitiin Webropol 2.0. -sovelluksen ja Microsoft Office Excelin avulla. Tulokset on esitetty

sopivilla Excel-taulukoilla ja -kaavioilla, joiden avulla tuloksia on helpompi hahmottaa ja hyödyntää.

Opinnäytetyö rakentuu kuudesta pääluvusta, jotka jakautuvat selventäviin alalukuihin. Toisessa pääluvussa johdannon jälkeen käsitellään Suomenlinnaa matkailijan näkökulmasta ja kerrotaan, miten Suomenlinnan hoitokunta ylläpitää, kunnostaa ja kehittää Suomenlinnaa. Lisäksi kyseisessä pääluvussa selvennetään, millainen merkitys Unescon eli Yhdistyneiden kansakuntien kasvatuksen, tieteen ja kulttuurin järjestön myöntämällä maailmanperintökohteen nimityksellä on Suomenlinnan matkailuun, kunnossapitoon ja imagoon. Kolmannessa pääluvussa listataan erilaisia kulkuyhteyksiä Suomenlinnaan ja analysoidaan Helsingin seudun liikenteen Suomenlinnan lautan ja JT-Line Oy:n vesibussin vuoden 2012 kävijätilastojen merkitystä tälle tutkimukselle. Tutkimuksen toteutus alusta loppuun asti kerrotaan yksityiskohtaisesti neljännessä pääluvussa, jossa myös määritellään, millainen on eettisesti laadukas ja tieteellisesti luotettava tutkimus. Viidennessä pääluvussa esitellään tutkimuksen tulokset. Viimeisessä pääluvussa keskitytään tutkimuksen tuloksista tehtyihin johtopäätöksiin ja verrataan selvitettyä kävijäprofiilia entisiin kävijäprofiilitutkimuksiin, kahteen Unescon kohteen kävijätilastoihin ja Helsingin yöpymistilastoihin. Työn lopussa pohditaan myös omaa suoriutumista ja oppimista opinnäytetyöprosessin aikana, sekä annetaan kehitysehdotuksia tuleville kävijäprofiilitutkimuksille.

Suomenlinnan hoitokunta, työn toimeksiantaja, on opetus- ja kulttuuriministeriön alainen virasto, jonka tärkeimpiä tehtäviä ovat Suomenlinnan kokonaisvaltainen kunnossapito, alueen säilyttäminen elinvoimaisena Helsingin kaupunginosana ja matkailun kehittäminen ja koordinointi. Suomenlinnan hoitokunta huolehtii Unescon maailmanperintökohteeksi nimetystä linnoituksesta valtioneuvoston vahvistamien perusteiden mukaan, jotka on säädetty Suomen laissa. Maailmanperintöluetteloon kuulumisen edellyttää Unescon maailmanperintösopimukseen sitoutumista, jonka noudattamisesta Suomen valtio ja Suomenlinnan hoitokunta ovat vastuussa. Vuonna 1973 perustetun viraston vastuualue kattaa 80 hehtaaria maa-aluetta ja yli 200 rakennusta kahdeksalla saarella. Suomenlinnan hoitokunnan visiona on ainutlaatuinen ja autenttinen arvostettu kulttuurimatkailukohde, jossa asuu elinvoimainen yhteisö.

2 Matkailijan Suomenlinna

Suomenlinnan historiallinen merilinnoitus on yksi Suomen suosituimmista nähtävyyksistä ja Unescon maailmanperintökohde. Kahdeksalle saarelle rakennetun linnoituksen kokonaispinta-ala sisältää 80 hehtaaria maata ja 80 hehtaaria ympäröivää vesialuetta. Suomenlinnaan kuuluvat saaret ovat Kustaanmiekka, Susisaari, Iso Mustasaari, Pikku Mustasaari, Länsi-Mustasaari, Särkkä, Pormestarinluodot ja Lonna. Suomenlinna on Helsingin kaupunginosa, jossa on asukkaita noin 850 ja työpaikkoja ympäri vuoden noin 400, kesäisin noin 500. Suomen valtiolle kuuluvaa Suomenlinnaa hallinnoi opetus- ja kulttuuriministeriön alainen virasto, Suomenlinnan hoitokunta. (Suomenlinnan hoitokunta 2013a.)

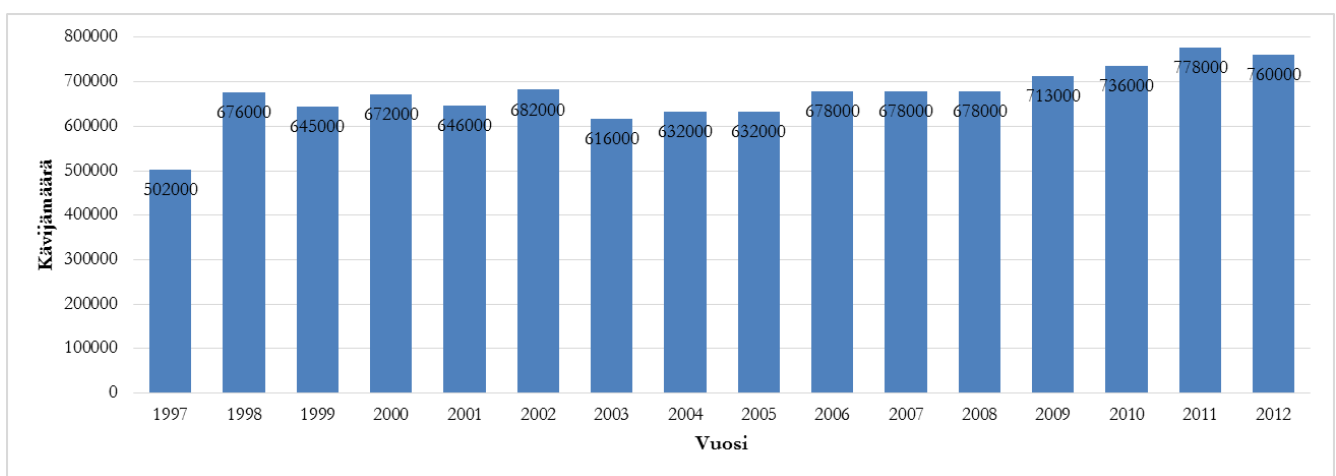


Kuvio 1. Suomenlinnan kartta (Aarography 2013).

2.1 Kulttuurinähtävyys kansallismaisemassa

Suomenlinna on kulttuurihistoriallisesti ja matkailijamäärältään ainutlaatuinen kohde Suomessa. Ympärivuotisessa kohteessa käy vuosittain noin 700 000 kävijää, joista 75 prosenttia vieraillee Suomenlinnassa touko-syyskuun aikana. Matkailukäytön aiheuttamaa luonnon ja ympäristön kulumista sekä asukkaille matkailusta aiheutuvaa häiriötä pyritään ehkäisemään mahdollisuuksien mukaan. (Suomenlinnan hoitokunta 2013b.) YLE Helsingin (2012) uutisen mukaan Suomen suosituin kulttuurimatkailukohde Suomenlinna saavutti vuonna 2011 historiansa suurimman kävijämäärän, 778 000 vie-

railijaa, mikä merkitsi kävijämäärän nousua 40 000 vierailijalla edellisvuoteen verrattuna. Vierailijoista joka neljäs tuli Suomenlinnaan talvikauden aikana. Asukas- ja työmatkaliikenne oli vähennetty merilinnoitukseen matkanneiden määrästä. Vilkas matkailijamäärä vuonna 2011 lisäsi myös Suomenlinnan museoiden ja tapahtumien suosiota. Esimerkiksi Suomenlinna-museon suuren suosion saavuttanut Suomenlinnan vedenalaisesta elämästä kertonut Näkin kengissä -näyttely nosti museon kävijämäärää 5000 vierailijalla vuonna 2011. Suosittuja opastettuja kävelykierroksia alettiin loppuvuodesta järjestää myös venäjäksi. Kestosuosikkikohde kulttuurimatkailijoille on Suomenlinnan kesäteatteri, joka sijaitsee Susisaarella Hyvän Omantunnon linnakkeessa. (YLE Helsinki 2012.)



Kuvio 2. Suomenlinnan kävijämäärä vuosina 1997–2012

Kuviosta 2. nähdään Suomenlinnan kävijämäärän kehitys vuodesta 1997 vuoteen 2012. Työn toimeksiantajalta, Suomenlinnan hoitokunnalta, pyydettiin sähköpostitse Excel-tilasto Suomenlinnan kävijämääristä, jotta saataisiin selville kävijämäärien kehitys ja vaihtelu vuosittain. Saadussa tilastossa oli vuodesta 2006 lähtien pyöristetty kävijäluku lähimpään tuhanteen, joten tuloksen vertailtavuuden vuoksi pyöristettiin myös vuosien 1997–2005 kävijämäärät lähimpään tuhanteen. Pienin kävijämäärä on ollut tilastoinnin aloitusvuonna 1997, jolloin vain puoli miljoonaa (502 000) kävijää vieraili Suomenlinnassa. Seuraava tilastointivuosi 1998 aloitti kävijämäärän pienen nousukauden vuoden 2002 loppuun asti, jonka jälkeen kävijämäärä väheni vuonna 2003 noin 66 000 kävijällä. Kuviosta näkyy selvästi, miten Suomenlinnan kävijämäärä on lisääntynyt tasaisesti erityisesti vuoden 2003 jälkeen. Tilastoinnin kävijämäärältään ennätysvuosi oli 2011, jol-

loin jopa 778 000 kävijää vieraili Suomenlinnassa. Viimeisin tilastointivuosi on 2012, jolloin kävijämäärä tippui lähes kahdellakymmenellä tuhannella edellisestä vuodesta.

Matkailijoiden liikkumista Suomenlinnassa on helpotettu kävijähallinnallisesti merkittävän keskeisten nähtävyyksien läpi kulkevan ”Sinisen reitin” avulla, joka ohjaa vierailijoiden turvallista liikkumista merilinnoituksessa. Kulkureitit Suomenlinnassa saattavat olla haasteellisia etenkin liikuntarajoitteisille, sillä saarilla liikutaan pääasiassa kävellen tai pyörällä omalla vastuulla. Matkailijoille keskeisellä paikalla sijaitsevassa Suomenlinnakeskuksessa toimii ympärivuotisesti Suomenlinna-museo, matkamuistomyymälä ja kahvila. Ympäri vuoden päivittäin liikennöivillä Helsingin seudun liikenteen eli Suomenlinnan Liikenne Oy:n lautoilla pääsee neljännestunnissa Kauppatorilta Suomenlinnaan. Yksityinen JT-Line Oy liikennöi kesäsesongin aikaan Helsingin Kauppatorilta Kustaanmiekkan ja Suomenlinnakeskuksen laitureihin. (Iltanen 2012, 11–12.) Suomenlinnan tärkeimmät matkailualueet ovat Kustaanmiekka ja Susisaari, joissa sijaitsee suurin osa museoista, näyttelytiloista, käsityöläispajoista, putiikeista, ravintoloista ja kahviloista (Hällström 2004, 4–5). Helsingin Sanomat uutisoi (2013) Suomenlinnan hoitokunnan ylläpitämän ympärivuotisen matkailuneuvonnan siirtyneen kesällä 2013 kävijöitä paremmin palvelevaan lauttarannan läheisyydessä sijaitsevaan Rantakasarmiin.

Suomenlinnassa järjestetään paljon erilaisia kulttuuritapahtumia ympäri vuoden. Merilinnoituksen vakituiset asukkaat ja satunnaiset matkailijat järjestävät Suomenlinnassa runsaasti juhlia, retkeilevät ja nauttivat kohteen tarjoamista palveluista. Vakituisten asukkaiden ja matkailijoiden välisestä vuorovaikutuksesta huolehditaan suunnitelmallisesti, jotta kaikki sopeutuisivat mahdollisimman hyvin yhteiseloön. Suomenlinnaan saapuvien matkailijoiden määrän jatkuvan kasvun vuoksi kestävään matkailuun panostaminen koetaan tärkeäksi. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2011.) Suosittu Suomenlinnan kesäteatteri on hyvä esimerkki merilinnoituksen tarjoamista koko perheen kulttuurimatkailukohteista, jotka houkuttelevat vuosittain runsaasti sekä suomalaisia että ulkomaalaisia matkailijoita. Suomenlinnan kesäteatteri on toiminut vuodesta 1968 lähtien Susisaarella Hyvän Omantunnon linnakkeessa, jossa historiallisessa miljöössä esitetään joka kesä uusi teatteriesitys matkailijoiden ja paikallisten asukkaiden viihdykkeeksi. Musiikkia ja kulttuuritapahtumia tarjoaa Suomenlinnassa esimerkiksi myös kahvila Jääkellari. (Stadissa.fi 2013.)

Hostel Suomenlinna on ainoa yöpymispaikka Suomenlinnassa. Ympäri vuoden avoinna olevan hostellin 41 vuodepaikkaa yksityishuoneissa ja ryhmämajoitushuoneissa ovat varattavissa sekä yksittäismatkailijoille että ryhmille. Hostellin voi varata kokouksia, juhlia tai muita tilaisuuksia varten joko kokonaan tai osittain. Hostel Suomenlinna toimii vuonna 1908–1909 perustetussa vanhassa venäläisessä kansakoulussa ja se sijaitsee lähellä linnoitukseen saapuvien vesibussien päälaituria. (Suomenlinnan hoitokunta 2013c.) Hostel Suomenlinnan toiminnasta on vastannut vuodesta 2009 alkaen Suomen Nuorisokeskukset ry, joka järjestää hostellissa leirejä, kursseja ja kokouksia (Suomen Nuorisokeskukset ry 2011).

Suomenlinnan hoitokunnan tiloissa pidetään yli 700 tilaisuutta vuosittain, sillä keskeinen sijainti kilometrin päässä Helsingistä helpottaa yrityksien kokousten ja yksityisten juhlien järjestämistä. Suomenlinnassa on runsaasti kokous- ja juhlatiloja, suurimmat ovat Pirunkirkon ja Tenalji von Fersen -juhlatilat. (Suomenlinnan hoitokunta 2013d.) Suomenlinnaan vuonna 1775 rakennetun leipomon viljavarastoon on remontoitu Tenalji von Fersen -juhlasali, johon mahtuu jopa 240 henkilöä ja tilan voi halutessaan jakaa erillisiin osiin. Juhlasali sijaitsee Susisaarella kuivatelakan kupeessa ja se soveltuu juhlatilaisuuksien, seminaarien, kokousten, konferenssien ja konserttien järjestämiseen. (Suomenlinnan hoitokunta 2013e.) Pirunkirkon juhlatila soveltuu 120 hengelle ja jakautuu kolmeen erilliseen tilaan, joita voi muunnella käyttötarkoituksen mukaan, esimerkiksi juhlatiloiksi tai kokouksia ja luentoja varten. Pirunkirkko sijaitsee Isolla Mustasaarella kruunulinna Ehrensvärdin läntisessä siipirakennuksessa lähellä lauttarantaa. (Go Experience Oy 2008.)

2.2 Historiallinen merilinnoitus

Suomenlinna, alkuperäiseltä nimeltään Sveaborg eli Ruotsin linna, tunnettiin vielä 1700-luvulla suomeksi nimellä Viapori. Viaporissa oli toisen maailmansodan aikaan ilmatorjunta- ja tykistöjoukkoja ja sukellusvenelaivaston tukikohta. Vain muutama joukko-osasto jäi paikoilleen sodan päätyttyä. Suomen sisällissodan aikaan, vuosina 1918–1919, Suomenlinnaan perustetussa vankileirissä oli noin 6000 punaista sotavankia. Sisällissodan päätyttyä Viapori siirtyi itsenäisen Suomen valtiolle, jolloin merilinnoitus nimettiin Suomenlinnaksi. Pienimuotoinen matkailutoiminta voitiin aloittaa Suomenlinnassa vas-

ta Suomen itsenäistymisen jälkeen. Suomenlinnan siirryttyä siviilihallintoon Rannikkotykistörykmentin poistuessa vuonna 1972 voitiin aluetta alkaa suunnitelmallisesti kehittää museo- ja matkailukohteena. Merisotakoulu toimii edelleen Suomenlinnassa Pikku Mustasaarella. (Iltanen 2012, 11–12.) Saaren arkkitehtuurinen erikoisuus on itsenäistymisen jälkeen luterilaiseksi muutettu ortodoksinen kirkko, johon rakennettiin majakkanä toimiva torni. Ympäristöministeriö on nimittänyt merellisen Helsingin alueet, mukaan lukien Suomenlinnan, kansallismaisema-alueeksi. (Louhenjoki-Schulman & Hedenström 2004, 18–20.)

Museoviraston (2012) mukaan Suomenlinna on yksi maailman suurimmista merilinnoituksista, ainutlaatuinen sotilasarkkitehtuurin muistomerkki ja valtakunnallisesti merkittävä rakennettu kulttuuriympäristö. Merilinnoitus on historiansa aikana 1700-luvulta lähtien suojannut kolmea sen rakentamiseen ja restauroimiseen osallistunutta valtiota, eli Suomea, Ruotsia ja Venäjää. Suomenlinnan kallioiseen karuun maastoon sovitettu linnoitus muodostuu rannan puolustusvarustuksista ja puolustukseen suojiin jääneestä kaupunkimaisesta rakenteesta, jossa on asukkaita varten rakennettuja kivitaloja, aukioita, puistoja ja puutaloja. Yhteensä kahdeksan kilometrin pituiset, 1700-luvulta peräisin olevat, harmaakivilinnoituksen muurit kiertävät Suomenlinnaa. Historiallisia rakennuksia on linnakkeessa lähes 300. Merilinnoituksen arkkitehtuurisia barokkiajan huippukohtia ovat vuosina 1748–1756 rakennetut Kuninkaanportti Kustaanmiekalla ja suuri linnanpiha Susisaarella. Linnanpihalla sijaitsee Suomenlinnan perustajan Augustin Ehrensvärdin hautamonumentti. Susisaaren 1700-luvulla rakennettu kuivatelakka on tekniikan historian merkkisaavutuksia. Linnakkeen länsi- ja eteläsivua kiertää 1800-luvulla rakennettu vyöhyke, joka on linnoitettu maavallein ja tykkipattereihin. Historialliseen linnoitusalueeseen kuuluvat Suomenlinnan lisäksi Harakka, Särkkä, Pormestarinluoto, Lonna, Vasikkasaari, Vallisaari, Kuninkaansaari ja Santahamina. Suomenlinnassa on myös merenkulkuun liittyvää historiallista perintöä, sillä Helsinkiin johtavaa kaupunkiväylää varten linnakkeeseen rakennettiin vuonna 1929 lento- ja merimajakka. (Museovirasto 2012.)

Suomenlinna on arkkitehtuurisesti Euroopan upeimpia linnoituksia. Ruotsalaissyntyinen everstiluutnantti Augustin Ehrensvärd suunnitteli keskuslinnoituksen ranskalaisen linnoitusarkkitehdin Sébastien de Vaubanin barokki-ihanteen mukaisesti. Rakentami-

nen alkoi Ruotsin kuningas Fredrik I:n käskystä vuonna 1748, ja hankkeen rahoitti Ruotsin tuolloinen sotilaallinen liittolainen Ranska. Valtava taloudellinen hanke loi työpaikkoja linnoituksen rakentajille ja rakennustarvikkeiden hankkijoille sekä kaupankäyntimahdollisuuksia Helsingin asukkaille. Helsingin talous koki merilinnoituksen rakentamisen ansiosta nousukauden ja kaupunki alkoi vähitellen kasvaa. Bastionimalliselle linnakkeelle ovat tyypillisiä klassista tyyliä edustavat makasiinit, korkeat maavallit ja kulmikkaat graniittirakennelmat. Tuolloin rakennettu ja edelleen toimiva kuivatelakka on Euroopan vanhin. Venäjä päätti Ruotsin valtakauden vuonna 1808, jolloin Suomesta tuli Venäjän keisarikunnan suurruhtinaskunta. Valtakaudellaan Venäjä laajensi ja vahvisti linnoitusta Pietarin suojaksi. Vuoden 1855 Krimin sodan aikaiset pommitukset tekivät suurta tuhoa, joiden jälkiä alettiin korjata vasta 1970 -luvulla Suomenlinnan siirryttyä siviilihallintoon. (Louhenjoki-Schulman & Hedenström 2004, 18–20.)

2.3 Suomenlinnan hoitokunta

Suomenlinnan 80 hehtaarin maa-alueesta kahdeksalla saarella ja yli 200 rakennuksen kunnossapidosta ja restauroinnista vastaa Suomenlinnan hoitokunta, jonka tehtävänä on suojella, ylläpitää ja kehittää aluetta kokonaisuudessaan. Opetus- ja kulttuuriministeriön alaisen viraston tehtäviin kuuluu merilinnoituksen, rakennusten ja yleismaiseman ylläpito, asuntojen ja toimitilojen vuokraaminen sekä matkailupalvelut. (Suomenlinnan hoitokunta 2013f.) Suomenlinnasta huolehtivan viraston tehtävät jaettiin vuoden 2013 alusta lähtien neljään eri yksikköön, jotka ovat hallinto- ja lakipalvelut-, ylläpito-, restaurointi- ja maailmanperintöpalvelut-yksikkö. Tämä opinnäytetyö on tehty nimenomaan maailmanperintöpalvelut-yksikölle, joka vastaa muun muassa Suomenlinnan matkailuneuvonnasta ja esittelystä, maailmanperintökohteen laadunvalvonnasta ja verkostoyhteistyöstä. Viraston johtaja ja johtoryhmä ovat vastuussa hoitokunnan toiminnasta ja kokonaissuunnittelusta. Viraston toimipisteet eli hoitokunnan toimisto ja Rantakasarmien matkailuneuvonnan asiakaspalvelupiste sijaitsevat Suomenlinnassa Isolla Mustasaarella. (Suomenlinnan hoitokunta 2013g.)

Valtiovarainministeriön (2008) säädöksen mukaan Suomenlinnan hoitokunta toimii Suomenlinnassa maanomistajana, rakennuttajana, suunnittelijana, isännöitsijänä, kehittäjänä, kunnostajana ja ylläpitäjänä. Viraston tehtävänä on turvata linnoitus kokonai-

suudessaan tulevaisuutta varten, huolehtia alueen elinvoimaisuudesta asuttuna Helsingin kaupunginosana ja kehittää alueen matkailua. Viraston henkilöstömäärä on 85, ja tyypillisiä toimenkuvia ovat suunnitteluun, rakentamiseen, kiinteistönhoitoon, matkailuun ja hallintoon liittyvät työtehtävät. Suomenlinnan hoitokunnan visiona on ainutlaatuinen ja autenttinen arvostettu kulttuurimatkailukohde, jossa asuu elinvoimainen yhteisö. (Valtiovarainministeriö 2008.)

Suomenlinnan hoitokunnan visiona on olla vuoteen 2017 mennessä kansallisesti ja kansainvälisesti arvostettu autenttinen säilytetty merilinnoitus, josta koko Suomi voi olla ylpeä. Visiona Suomenlinnan hoitokunnalla on myös olla hyvin johdettu ja yhtenäinen työpaikka. Luonnonsuojelujärjestö WWF:n Green Office -verkostoon kuuluva virasto sitoutuu ekologisuuteen työyhteisössä. Suomenlinnan hoitokunnan arvoja ovat avoimuus ja luotettavuus, ammattitaito ja palveluperiaate. Viraston toiminta rahoitetaan valtion budjettivaroin ja oman toiminnan tuotoilla, joita saadaan pääosin asuntojen ja toimitilojen vuokrista, maisemanhoidosta ja kokous- ja juhlatilojen tuotoista. Oikeusministeriö rahoittaa Suomenlinnan vankilan toteuttamat hankkeet. (Suomenlinnan hoitokunta 2013h.) Rikosseuraamuslaitoksen (2013) mukaan Suomenlinnan vankila perustettiin vuonna 1971 yhteistyössä Suomenlinnan hoitokunnan kanssa, jotta saatiin työvoimaa Suomenlinnan peruskorjaus- ja entisöintitöitä varten. Etelä-Suomen rikosseuraamusalueeseen kuuluva Suomenlinnan vankila sijaitsee Ison Mustasaaren eteläkärjessä. Vankipaikkoja kyseisessä vankilassa on 70, vuonna 2012 keskivankiluku oli 96. Lisäksi vankila työllistää noin 30 työntekijää eri tehtävissä, kuten vartijoita, työnjohtajia sekä hallinto- ja muuta erityishenkilöstöä. Vankien tehtävänä on korjata Suomenlinnan rakennuksia ja huolehtia ohjatusti linnoituksen maiseman hoitamisesta maailmanperintökohteen historiaa kunnioittaen. (Rikosseuraamuslaitos 2013.)

Suomenlinnan hoitokunta palkittiin vuonna 1999 arvostetulla Europa Nostra -palkinnolla viraston huolellisesti suunnitellusta, laadukkaasti toteutetusta ja laajalaisesta linnoituksen onnistuneesta restauroinnista. Lisäksi Helsingin kaupunki palkitsi vuonna 1995 Suomenlinnan hoitokunnan restaurointityön Suomenlinnassa Rakentamisen Ruusu -palkinnolla. (Suomenlinnan hoitokunta 2013i.) Europa Nostra on voittoa tavoittelematon kansalaisjärjestö, joka vaalii eurooppalaista kulttuuriperintöä. Järjestöllä on Euroopassa yli 400 paikallisista ja kansallista jäsen- tai kannatusjäsenyhteisöä ja se

tekee yhteistyötä Euroopan Unionin, Euroopan neuvoston ja Unescon kanssa. Kansalaisjärjestö jakaa vuosittain palkintoja erinomaisille kulttuuriperintöhankkeille ympäri Eurooppaa, jonka lisäksi järjestö jakaa vuosittain Euroopan unionin kulttuuriperintöpalkinnot. (Suomen Kotiseutuliitto 2013.)

2.4 Suomenlinna Unescon maailmanperintökohteena

Unesco on Yhdistyneiden kansakuntien kasvatus-, tiede- ja kulttuurijärjestö, joka perustettiin 16. marraskuuta 1945. Tällä kyseisellä järjestöllä on 195 jäsentä ja kahdeksan yhteistyöjäsentä. Unescon toimintaa ohjaa sen johtokunta ja sen yleiskokoukset. Järjestöllä on ympäri maailman yli 50 virastoa. Unescon pääkonttori sijaitsee Ranskan Pariisissa Place de Fontenoyssa. (UNESCO 2013a.) Suomenlinnan merilinnoitus merkittiin Yhdistyneiden kansakuntien opetus-, tiede ja kulttuurijärjestö Unescon maailmanperintöluetteloon 13.12.1991. Maailmanperintöluetteloon liittymällä haluttiin varmistaa Suomenlinnan ainutlaatuisen sotilasarkkitehtuurin säilyminen alkuperäisenä myös tulevaisuudessa. Suomenlinnan tulee säilyä mahdollisimman autenttisenä ja Suomen valtion tehtävänä on pitää huoli tästä, sillä autenttisuuden säilyminen kuuluu maailmanperintösopimuksen ehtoihin. (Suomenlinnan hoitokunta 2011.)

”Maailmanperintöluetteloon pääseminen edellyttää kulttuuriperintökohteelta, että se on inhimillisen luovuuden mestariteos tai poikkeuksellisen merkittävä todiste olemassa olevasta tai jo hävinneestä kulttuurista.” (Suomenlinnan hoitokunta 2013j.) Maailmanperintöluetteloon kuuluvan kohteen tulee olla erityinen, joka edustaa merkittävää historiallista aikakautta. Kohde voi liittyä myös esimerkiksi eläviin perinteisiin, kirjallisiin ja taiteellisiin teoksiin tai uskontoihin ja uskomuksiin. Maailmanperintökohde voi olla uhanalaisen eläinlajin kasvupaikka tai erityisen kaunis maisemakohde lisäksi se voi olla myös tärkeä historiallinen kehitysvaihe maapallolla tai biologinen tai ekologinen muutos. Maailmanperintökohteita voidaan jakaa myös luonnon- ja kulttuuriperintökohteisiin. Hallitsematon matkailun kehitys ja luonnonkatastrofit ovat uhkia maailmanperintökohteille, myös Suomenlinnalle. (Suomenlinna 2011b.)

Suomenlinna täyttää maailmanperintökomitean kriteerit maailmanperintökohteelle, koska se on rakennustaiteellinen, historiallinen ja maisemallinen muistomerkki, jossa

asuu elävä yhteisö. Suomenlinna on erinomainen esimerkki tavallisesta linnoituksesta kaikkine erityispiirteineen, jonka ansiosta linnoitus pääsi maailmanperintöluetteloon. Suomenlinnan merilinnoitus rakennettiin rannikkoalueen suojaksi ainutlaatuiselle paikalle maastoon erillisille saarille, jossa korkeudet vaihtelevat. Suomenlinnan merilinnoitus edustaa tiettyä aikakautta historiassa, jossa on kokeiltu telakan rakentamista ja se on hyvä esimerkki siitä, miten järjestelmällisesti rakennetut linnoitukset ovat kehittyneet kautta vuosisatojen. Aluksi Suomenlinna oli bastioni-linnoitus, jota parannettiin vuonna 1774 rakentamalla erilaisia korkeita linnakkeita. Peruskorjauksissa huolehditaan kaikkien historian eri vaiheiden ilmentymien säilyttämisestä, jotta merilinnoitus säilyisi autenttisenä kaikkine keskeisine osineen. Jälleenrakentaminen on ollut vähäistä, sillä kaikki korjaukset ja parannukset perustuvat laajaan asiakirjamateriaaliin, jossa on määritelty tarkat säännöt muutoksia koskien. (UNESCO World Heritage Centre 1992-2013a, section II.)

Unescon maailmanperintökohteiden seurantaraportissa on määritelty Suomenlinnaa koskevia asioita, jotka vaikuttavat linnoituksen suojeluun. Jatkuvat restaurointityöt auttavat säilyttämään merilinnoituksen, jota sääolosuhteista johtuva jatkuva rappeutuminen haittaa. Riskinä ja uhkina nähdään suurten matkailijamäärien aiheuttama paine, sillä etenkin kesäsesongin aikaan matkailijoita käy runsaasti Suomenlinnassa. Matkailijoiden mukavuuden parantamiseksi palveluita on parannettu esimerkiksi rakentamalla yleisiä käymälöitä. Talvisesongin suosiota pyritään lisäämään, jotta matkailijoita vierailisi enemmän Suomenlinnassa myös huippusesongin ulkopuolella. Unescon maailmanperintökohteiden seurantaohjelmaan kuuluu matkailijamäärän seuranta vuosittain, eli selvitetään kuinka paljon matkailijoita käy ja millainen vaikutus matkailijoilla on Suomenlinnaan. Seurantaohjelman menetelmänä käytetään matkailijoille tehtäviä haastatteluja, jotka suoritetaan Suomenlinnan lautoilla. Lisäksi Suomenlinnan asukkaita haastatellaan kyselyiden avulla. Seurantaohjelman painopisteenä on löytää sopivimpia restaurointimenetelmiä ja ylläpitää jatkuvia huoltotoimenpiteitä. (UNESCO World Heritage Centre 1992-2013a, section II.)

Helsingin kaupungin vuoden 1992 yleissuunnitelmassa määritellään Suomenlinnan kuuluvan luonnonsuojelualueeseen, jota tulee suojella siten, että linnakkeessa asuvat ihmiset voivat elää tulevaisuudessakin siellä. Suomenlinna ja sen ympäröivät saaret lännen

puolella on liitetty historiallisesti ja kulttuurillisesti arvokkaisiin suojelualueisiin, lisäksi ne kuuluvat luonnonsuojelualueeseen. Helsingin kaupungin tulevaisuuden suunnitelmiin kuuluu Suomenlinnan historiallisen ja kulttuurisen arvon säilyttäminen ja suojeleminen estämällä haitallinen linnoituksen rakentaminen. Suomen puolustusministeriö ei myöskään salli mitään sellaista rakentamista, mikä voisi vaikuttaa tunnusomaiseen Suomenlinnan ympäröimien saarien maisemaan. (UNESCO 2013c, 31)

2.5 Unescon maailmanperintökohteet Suomessa

Museoviraston (2012) mukaan Unescon maailmanperintöluetteloon on merkitty yhteensä seitsemän eri kohdetta Suomessa. Suomenlinnan merilinnoitus ja tyypillinen pohjoismainen puukaupunki Vanha Rauma lisättiin maailmanperintöluetteloon samana vuonna 1991. Kolmantena kohteena on Pitäjäveden vanha kirkko, joka lisättiin maailmanperintöluetteloon vuonna 1994. Tämä vanha kirkko edustaa maailmanperintöluettelossa pohjoismaisena puuarkkitehtuurin muistomerkkinä. Verlan puuhiomo ja pahvitehdas lisättiin neljäntenä kohteena vuonna 1996 maailmanperintöluetteloon. Puuhiomo ja pahvitehdas ovat erikoisia, koska ne ovat säilyneet jo niiltä ajoilta, kun Suomessa alettiin tuottaa metsäteollisuutta. Sammallahdenmäki on ensimmäinen arkeologinen kohde Suomessa ja siksi se sai viidentenä paikan maailmanperintöluettelossa vuonna 1999. Tieteen ja tekniikan historiaa edustava Struven kolmiomittausketju lisättiin vuonna 2005 maailmanperintöluetteloon kuudentena kohteena Suomessa. Merenkurkun saaristo lisättiin Suomen ensimmäisenä luontokohteena maailmanperintöluetteloon vuonna 2006.

Helsingin kaupunki, Museovirasto, Puolustusvoimat ja Suomenlinnan vankila ovat yhdessä Suomenlinnan hoitokunnan kanssa huolehtineet Suomenlinnasta ja samalla restauroineet kohdetta. 1700-luvun rakennuksille on tehty parannustöitä ja linnoitusmuureja on peruskorjattu. Täydentääkseen koko linnoituskokonaisuutta, on suunniteltu, että tätä maailmanperintökohdetta voisi laajentaa tulevaisuudessa myös saarille. Merilinnoituksen kulttuurihistoriallista merkitystä voitaisiin lisätä liittämällä Valli- ja Kuninkaansaaret myös Suomenlinnan maailmanperintökohteeseen. Kun suomalaisia maailmanperintökohteita verrataan muihin maailmalla oleviin, ne ovat paljon pienempiä kohteita. Suomalaiset kohteet ovat erityisiä, sillä niistä ilmenee pohjoismaalainen kult-

tuuri ja luonto. Suomessa, idän ja lännen välissä, olevien Unescon maailmanperintökohteiden taide ja arkkitehtuuri on saanut vaikutteita Euroopasta. Opetus- ja kulttuuriministeriö, Museovirasto ja paikalliset kunnat ja perintökohteiden omistajat yhdessä toteuttavat maailmanperintötoimintaa Suomessa. (Arhinmäki 2011.)

Kaikkien maiden, jotka ovat Unescon jäseniä, tulee järjestön sääntöjen mukaan perustaa kansallinen toimikunta. Omassa kansallisessa toimikunnassa tulee olla edustettuina tärkeimmät kansalliset yhteisöt, jotka työskentelevät tieteen, kulttuurin ja kasvatuksen alojen kysymyksien puolesta. Hallitus tulee myös olla kansallisen toimikunnan edustettavana. Unesco-toimikunta perustettiin Suomeen vuonna 1957 ja sen tehtävänä on toimia kansallisena asiantuntijaelimenä ja neuvonantajana. Suomen Unescon toimikunnan tehtäviin kuuluu lausuntojen anto valtioneuvostolle sekä opetus- ja kulttuuriministeriölle ja aloitteiden tekeminen järjestöön liittyviin aiheisiin, kuten Unescon tekeminen tunnetummaksi liittyen sen toimintaan ja päämääriin. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2013.)

Unescon tarkoituksena on luoda hyvät olosuhteet ihmisten ja kulttuurien vuoropuhelulle. Jotta olosuhteet voidaan luoda, on niiden perustuttava yhteisten arvojen kunnioittamiseen. Kestävän kehityksen maailmanlaajuiset visiot on helpompi saavuttaa, kun vuoropuhelu ihmisten ja kulttuurien välillä toimii ja yhteisiä arvoja kunnioitetaan. Unescolla on monta tärkeää missiota, joista yksi on köyhyyden vähentäminen ja mahdollisuuksien mukaan sen kokonaan hävittäminen. Järjestö tekee töitä rauhan rakentamisen edistämisen ja kestävän kehityksen puolesta. Unescon asettamiin kehitystavoitteiden toteutumista auttaa se, että tällä järjestöllä on ainutlaatuinen osaaminen niin koulutuksen, tieteen, kulttuurin ja viestinnän puolelta. Unescon kaksi tärkeää maailmanlaajuista painopistettä ovat Afrikka ja sukupuolten tasa-arvon kehittäminen. Muita tavoitteita Unescolla ovat muun muassa antaa mahdollisuus kaikille elinikäiseen oppimiseen ja laadukkaaseen koulutukseen. Järjestön tärkeisiin tehtäviin kuuluu myös tieto- ja viestintäteknologian kehittäminen, jotta voitaisiin rakentaa laajoja tietoyhteiskuntia. (UNESCO 2013d.)

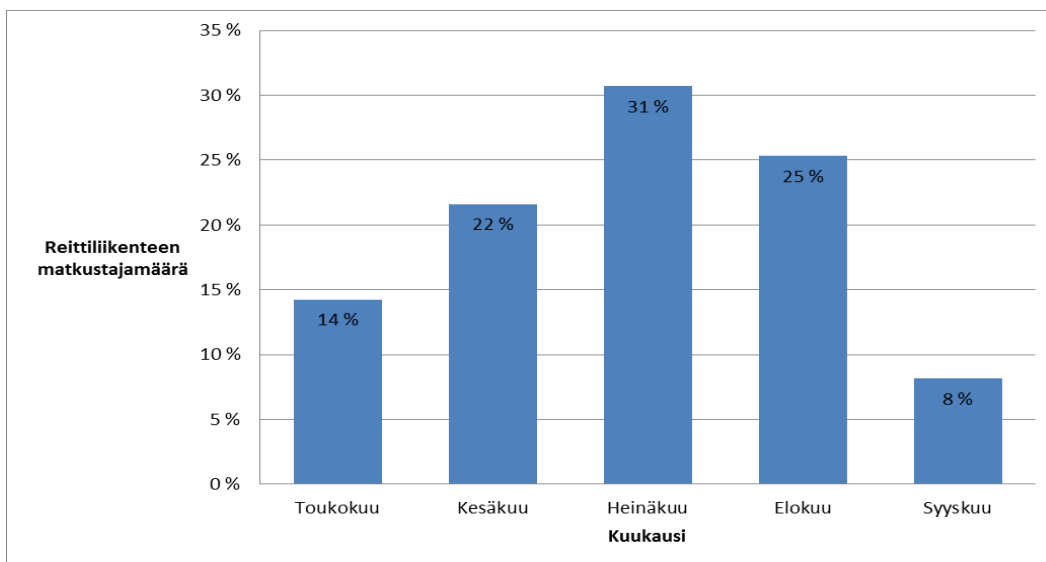
3 Matkailijaliikenne Suomenlinnaan

Suomenlinnaan pääsee vesiteitse julkisen liikenteen eli Suomenlinnan Liikenne Oy:n lautalla aikataulun mukaan vuoden jokaisena päivänä. Yksityinen JT-Line Oy järjestää Suomenlinnaan kesäsesongin aikaan reitti- ja tilausliikennettä seitsemällä vesibussilla. Lisäksi muutama yksityinen yritys järjestää kesäsesongin aikaan tilausristeilyjä Suomenlinnaan. Tutkimusongelman selvittämiseksi analysoitiin Suomenlinnan Liikenne Oy:ltä ja JT-Line Oy:ltä sähköpostitse saatuja Excel -muotoon muunnettuja kävijätilastoja touko-syyskuun ajalta vuodelta 2012, jotta saatiin selville matkustajamäärältään suosituimmat kuukaudet ja viikonpäivät otantasuunnitelmaa varten. Luvut on pyöristetty aritmeettisen pyöristyssäännön mukaisesti, jonka vuoksi pyöristys aiheuttaa joidenkin lukujen kohdalla poikkeaman sadasta prosentista.

3.1 JT-Line Oy

Juha Tiilikaisen vuonna 1993 perustama JT-Line Oy liikennöi kesäsesongin aikaan Helsingin ja sen lähialueiden saaristossa. Helsinkiläisen yrityksen omistuksessa on seitsemän vesibussia, ja se työllistää ympärivuotisesti viisi henkilöä ja noin 40 henkilöä kesäsesongin aikaan. JT-Line operoi Suomenlinnan vesibussiliikennettä Kauppatorilta Tykistölahteen ja Kuninkaanportille sekä Pihlajasaaren vesibussiliikennettä Merisatamasta ja Ruoholahdesta Pihlajasaareen. Lisäksi yritys hoitaa alihankintana Helsingin seurakuntayhtymän yhteysalusliikenteen Taivallahden ja Mustasaaren välillä. Yrityksen vesibussit toimivat sekä reitti- että tilausliikenteessä. Yrityksen isointa alusta, M/s Amiraalia vuokrataan yksittäiseen käyttöön risteilyille tai kuljetuksiin kesäsesongin aikana. (JT-Line 2013a.) JT-Linen vesibussit liikennöivät ainoastaan kesäkautena touko-syyskuussa Helsingin Kauppatorin Kolera-altaalta Suomenlinnaan. Matka kestää noin 20 minuuttia, ensimmäinen pysähdys on Suomenlinnan Tykistölahdessa ja tarvittaessa vesibussi pysähtyy paluumatkalla Kuninkaanportilla. JT-Line liikennöi Suomenlinnan reitillä neljällä vesibussilla, joissa kaikissa on käymälä sekä kahvio A-oikeuksin. Myös pyörätuolilla liikkuvat henkilöt pääsevät useimpiin aluksiin. Ryhmävaraukset ovat myös mahdollisia. (JT-Line 2013b.)

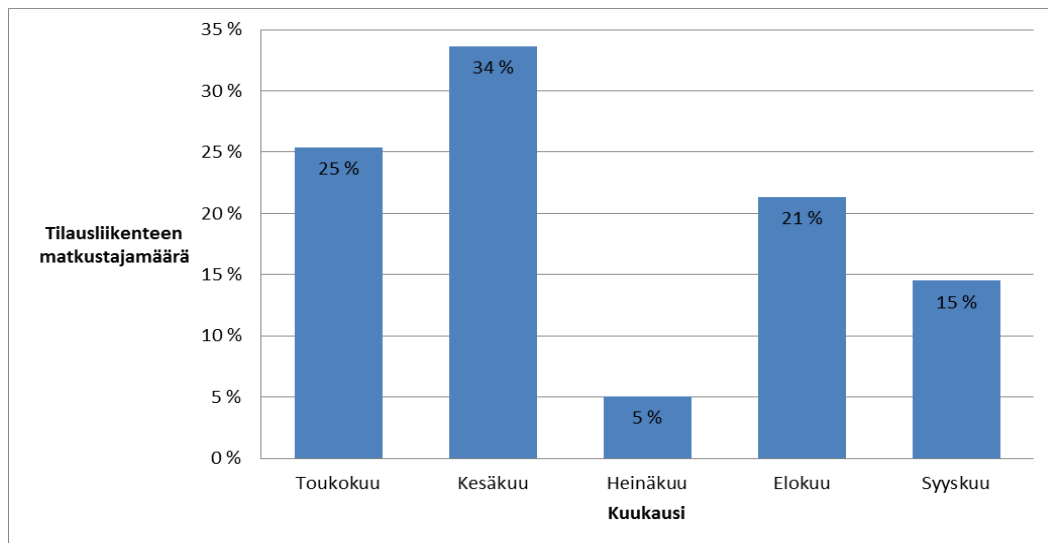
Tätä tutkimusta varten pyydettiin sähköpostitse JT-Line Oy:ltä vesibussiliikenteen kävijätilastoja kesäkaudelta 2012, koska haluttiin saada selville edellisen kesäkauden kävijöiden lukumäärä sekä viikonpäivät ja kuukaudet, jolloin kävijöitä vieraili eniten ja vähiten Suomenlinnassa. Yritys liikennöi Suomenlinnaan kesäisin touko-syyskuussa. JT-Line Oy lähetti pyynnöstä sähköpostitse tilastot yrityksen reitti- ja tilausliikenteen matkustajamäärästä Suomenlinnaan kesällä 2012. PDF -tiedostomuodossa saatu tilasto muunnettiin Excel -tiedostoksi, jolloin tilastoja päästiin analysoimaan tehokkaasti. Tiedoston perusteella tehtiin neljä kuviota, jotka havainnollistavat matkailijoiden lukumäärää Suomenlinnaan kuukausittain ja viikonpäivittäin JT-Line Oy:n reitti- ja tilausliikenteessä. Tilastojen analysoinnin perusteella päätettiin tavoitellut keräysmäärät kuukausittain ja viikonpäivät, jolloin tutkimusta varten tehty kysely toteutettiin. Yhteensä laskettuna kaudella 2012 yrityksen vesibusseilla matkusti Suomenlinnaan 100 478 henkilöä.



Kuvio 3. JT-Line Oy:n reittiliikenteen matkustajamäärä (n = 96 109) kuukausittain

Kuviossa 3. tarkastellaan JT-Line Oy:n reittiliikenteen matkustajamäärän vaihtelua kuukausittain kesäsesongin aikana touko-syyskuussa vuonna 2012. Yrityksen reittiliikenteen matkustajamäärä oli touko-syyskuussa yhteensä 96 109 henkilöä. Kuvioista ilmenee, että suurin osa matkailijoista on vierailut Suomenlinnassa kesä-elokuun aikana, kun taas touko- ja syyskuu jäivät matkailijamäärältään hiljaisemmiksi kuukausiksi. Selkeästi eniten matkailijoita kävi heinäkuussa, jolloin jopa kolmasosa (31 %) koko kesäkauden kävijämäärästä vieraili Suomenlinnassa JT-Line Oy:n vesibussilla. Toiseksi eniten matkailijoita kävi elokuussa, jolloin viidesosa (25 %) kesäsesongin kävijöistä toteutti vierailunsa.

Kesäkuu jäi kolmanneksi suosituimmaksi kuukaudeksi 22 % osuudella koko kävijämäärästä. Toukokuussa kävijöitä oli lähes puolet vähemmän kuin heinäkuussa, sillä toukokuussa toteutti vierailunsa vain 14 % koko kauden kävijöistä. Syyskuu jäi selkeästi hyljaisimmäksi kuukaudeksi, mutta tilastossa on huomioitava JT-Line Oy:n kesäkauden päättyminen jo viikkoa ennen syyskuun loppumista 23.9.2012. Syyskuussa yrityksen reittiliikenteen vesibussilla kävi Suomenlinnassa alle kymmenesosa (8 %) koko kesäsongin matkustajamäärästä. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 0,2\%$... $\pm 0,3\%$ -yksikköä.

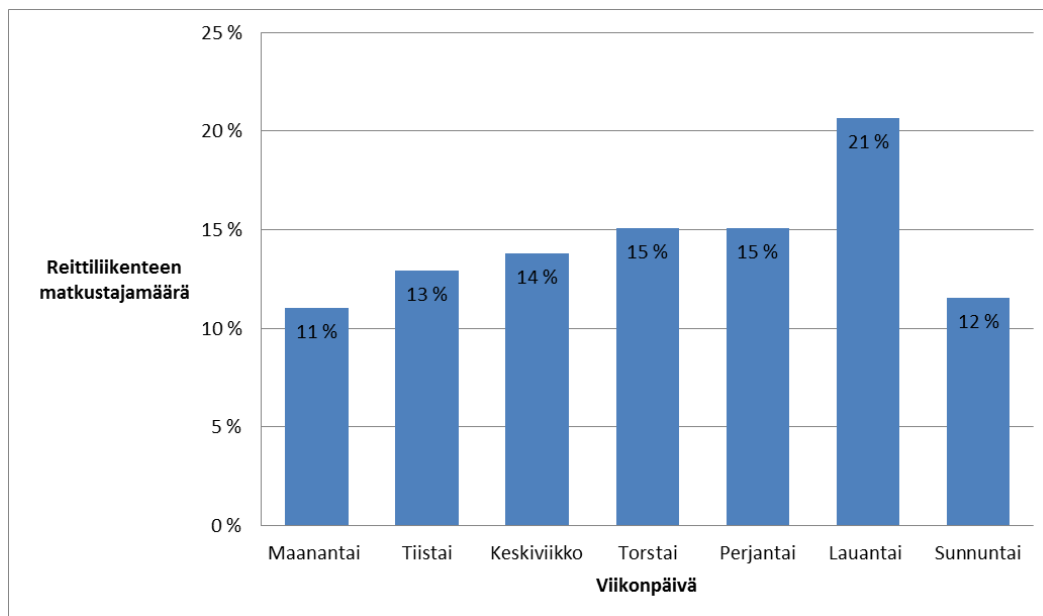


Kuvio 4. JT-Line Oy:n tilausliikenteen matkustajamäärä (n = 4 369) kuukausittain

Kuviossa 4. havainnollistetaan JT-Line Oy:n tilausliikenteen kuukausittaisia matkustajamääriä. Yrityksen tilausliikenteen matkustajamäärä oli kesällä 2012 yhteensä 4 369 henkilöä. Suosituimpana tilausliikennekuukautena, kesäkuussa, Suomenlinnassa vieraili yrityksen vesibussilla jopa kolmannes (34 %) koko kauden kävijöistä. Toukokuussa matkailijoita oli toiseksi eniten, sillä jopa neljännes (25 %) asiakkaita toteutti tuolloin tilausristeylyn. Elokuu sijoittui kolmanneksi suosituimmaksi kuukaudeksi, sillä viidesosa (21 %) tilausristeilyistä toteutettiin silloin. Syyskuun tilausliikennemäärä on suunnilleen puolet suosituimman kuukauden eli kesäkuun määrästä, sillä syyskuussa toteutettiin vain 15 % kauden tilausristeilyistä. Syyskuun kohdalla on huomioitava JT-Line Oy:n kesäkauden päättyminen jo viikkoa ennen syyskuun loppumista 23.9.2012. Vuoden 2012 heinäkuussa toteutettiin kaikkein vähiten tilausristeilyjä, vain 5 % kaikista viiden

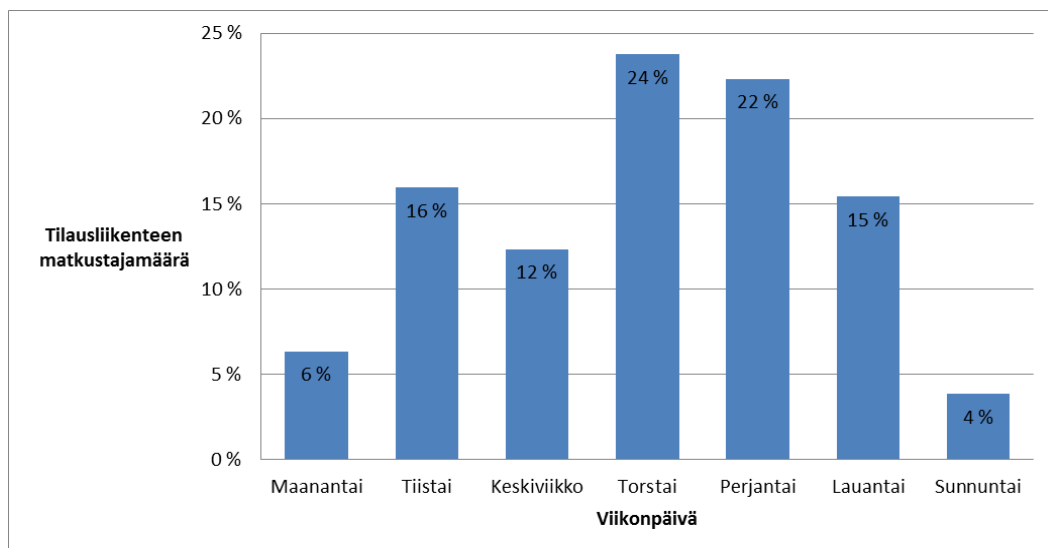
kuukauden ajalta tehdyistä tilausristeilyistä. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 0,6 \%$... $\pm 1,4 \%$ -yksikköä.

JT-Line Oy:n matkustajatilastoja verrattiin Suomenlinnan Liikenne Oy:n vastaaviin tilastoihin ennen varsinaisten viikonpäivien ja keräysten kuukausittaisen lukumäärän päättämistä. JT-Line Oy:n tilastoista käy ilmi, että suosituimmat kuukaudet matkailijamäärältään vuonna 2012 olivat kesä-, heinä- ja elokuu, vaikka tilausristeilyliikenteessä olikin heinäkuussa selkeä romahdus muihin kuukausiin nähden. Heinäkuun tilausristeilyjen määrän romahduksen oletettiin johtuvan lomakaudesta, jolloin yritykset eivät järjestä työntekijöilleen tai sidosryhmille tilausristeilyjä ja yksittäiset henkilöt ovat lomalla. Tutkimuksessa päätettiin siksi painottaa enemmän reittiliikenteen matkustajamääriä, koska reittiliikenne on etenkin matkailijoiden suosiossa ja kulkee säännöllisesti aikataulun mukaisesti. Hiljaisempina kuukausina, eli touko- ja syyskuussa, matkustajamäärät jäivät tilaston mukaan selvästi suosituimpien keskikesän kuukausien matkailijamäärästä jälkeen. Verratessa touko- ja syyskuuta selvisi, että toukokuussa 2012 Suomenlinnassa vieraili 16 % syyskuuta enemmän matkustajia kyseisen yrityksen vesibusseilla. Matkailijamäärien analysoinnin perusteella päätettiin suorittaa suosituimpina kuukausina hieman enemmän keräyksiä kuin hiljaisempina kuukausina.



Kuvio 5. JT-Line Oy:n reittiliikenteen matkustajamäärä (n = 96 109) eri viikonpäivinä

Kuviossa 5. esitetään JT-Line Oy:n reittiliikenteen matkustajamäärä eri viikonpäivinä kaikkien viiden kuukauden, eli touko-, kesä-, heinä-, elo- ja syyskuun, ajalta. Selkeästi eniten matkustajia sesongin eri viikonpäivistä on ollut lauantaisin, jolloin jopa viidesosa (21 %) kaikista reittiliikenteen matkailijoista on toteuttanut vierailunsa Suomenlinnaan. Viikonpäivistä perjantai ja torstai olivat yhtä suosittuja vierailupäiviä, kyseisinä päivinä toteutettiin toiseksi eniten, 15 %, vierailuja, eli lähes kolmasosa (30 %) kaikista viikon vierailuista yhteensä. Keskiviikkoisin toteutettiin 14 % ja tiistaisin 13 % vierailuista, joten kyseiset viikonpäivät jäivät keskivaiheille kaikista vierailuista. Vain noin kymmenesosa reittiliikenteen matkustajista kävi Suomenlinnassa sunnuntaisin (12 %) ja maanantaisin (11 %), joten ne olivat vähiten suosituimmat viikonpäivät. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 0,2\%$... $\pm 0,3\%$ -yksikköä.



Kuvio 6. JT-Line Oy:n tilausliikenteen matkustajamäärä (n = 4 369) eri viikonpäivinä

Kuviossa 6. havainnollistetaan JT-Line Oy:n tilausliikenteen matkustajamäärän vaihtelua eri viikonpäivinä koko sesongin ajalta. Kuvioista selviää torstain olleen suosituin päivä tilausristeilyille matkustajamäärällä mitattuna, sillä torstaisin toteutettiin lähes neljäsosa (24 %) kaikista tilausristeilyistä. Toiseksi suosituin viikonpäivä oli perjantai, jolloin toteutettiin yli neljäsosa (22 %) tilausristeilyistä. Kolmanneksi suosituin viikonpäivä oli tiistai 16 % osuudella, kun taas lauantaisin tehtiin 15 % ja keskiviikkoisin hieman yli kymmenesosa (12 %) tilausristeilyistä. Kaikkein epäsuosituimmat päivät olivat maanantait, jolloin järjestettiin 6 % risteilyistä ja sunnuntait, jolloin järjestettiin vain noin 4 %

koko sesongin tilausristeilyistä. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 0,6 \%$... $\pm 1,3 \%$ -yksikköä.

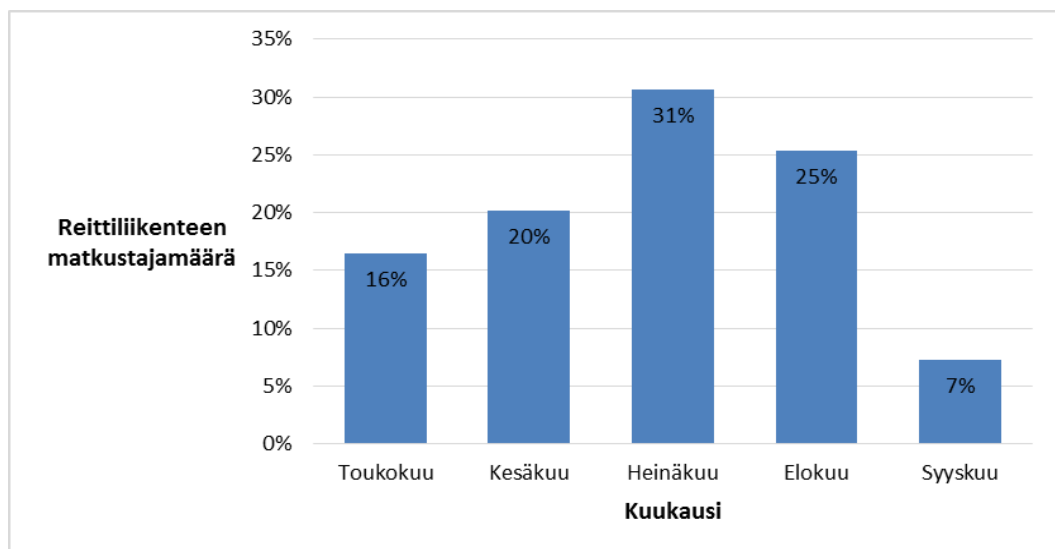
JT-Line Oy:n reittiliikenteen ja tilausliikenteen matkustajamäärät viikonpäivittäin listattuna olivat vuonna 2012 yllättävän samanlaiset, sillä molempien suosituimmat viikonpäivät matkustajamäärältään olivat torstai, perjantai ja lauantai. Reittiliikenteessä matkusti kyseisinä kolmena päivänä yli puolet (51 %) kaikista matkustajista ja tilausliikenteessä jopa 61 % viikoittaisesta matkustajamäärästä yhteensä. Lisäksi sekä reitti- että tilausliikenteen vähiten suosituimmat matkustuspäivät olivat sunnuntai ja maanantai, jolloin reittiliikenteen matkustajamäärä oli yhteensä hieman yli viidesosa (23 %) ja tilausliikenteessä vain kymmenesosa (10 %) kaikista viikonpäivistä. Sekä reitti- että tilausliikenteen matkustajamäärän perusteella arvioitiin, että tutkimusvastausten keruu kannattaa painottaa kolmelle suosituimmalle viikonpäivälle, eli torstaille, perjantaille ja lauantaille, jotta saataisiin mahdollisimman suuri ja edustava otos.

3.2 Suomenlinnan Liikenne Oy

Helsingin kaupungin omistama Suomenlinnan Liikenne Oy on osa Helsingin seudun liikennettä, joka harjoittaa meriteitse joukkoliikennettä Helsingin Kauppatorilta Suomenlinnaan määritellyn aikataulun mukaan. Omalla autolla matkustettaessa on tehtävä paikkavaraus lautalle viimeistään edellisenä arkipäivänä Suomenlinnan Liikenne Oy:n toimistolle. Suomenlinnan Liikenne Oy:lle kuuluvat henkilölautta Suomenlinna II ja alihankitut henkilölautat Tor ja Suokki liikennöivät Helsingin Kauppatorin ja Suomenlinnan päälaiturin välillä. Huoltolautta Ehrensward, joka myös kuuluu Suomenlinnan Liikenne Oy:lle, liikennöi Katajanokan ja Suomenlinnan huoltolaiturin välillä. (HKL 2013.) Suomenlinna II -lautalla saa kuljettaa enintään 350 matkustajaa ja yhteensä kaksi henkilö- tai pakettiautoa. Tor -lautalla voi kuljettaa 350 matkustajaa ja yhden henkilö- tai pakettiauton. Molemmat lautat liikennöivät ympäri vuoden kaikkina päivinä kello 6.00–2.20 vaihtelevin väliajoin aikataulusta riippuen. Ehrensward-lautta ajaa huoltoliikennettä arkipäivisin Katajanokan ja Suomenlinnan huoltolaiturin välillä, ja se voi kuljettaa 200 matkustajaa ja 85 tonnia lastia. (Suomenlinnan Liikenne Oy 2013.) Julkisen liikenteen Suomenlinnan lautoilla voi matkustaa erikseen ostettavalla 12 tunnin Suo-

menlinna-lipulla, Helsingin seudun sisäisellä ja seutuliikenteen vuorokausilipulla tai matkakortilla ja Helsinki-kortilla. (Visithelsinki.fi 2013).

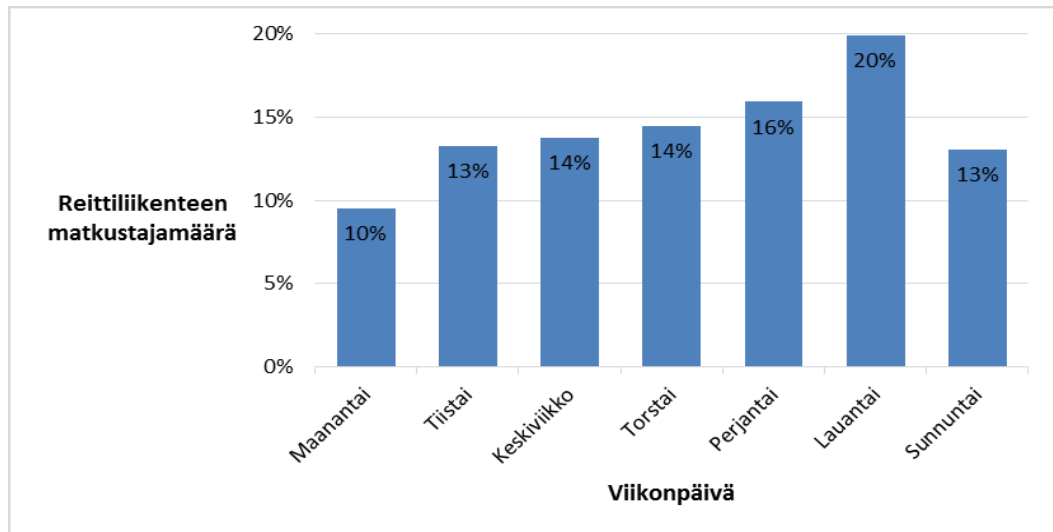
Tutkimusta varten pyydettiin Suomenlinnan Liikenne Oy:ltä sähköpostitse tilasto vuoden 2012 kesäliikenteen matkustajamääristä. Tilastojen avulla haluttiin selvittää vastaus-ten keräystä varten matkustajamäärältä suosituimmat kesäsesongin kuukaudet ja vii-
konpäivät. Excel-tilastomuodossa saatu tilasto analysoitiin ja tutkimuksen kannalta oleellisista tiedoista tehtiin havainnolliset kuviot. Ensimmäiseen kuvioon on otettu mu-
kaan tutkimuksen kannalta tärkeimmät kuukaudet ja siitä selviää matkailijamäärältään suurimmat kuukaudet. Toiseen kuvioon on merkitty viikonpäivät ja laskettu, mitkä niis-
tä olivat suosituimpia matkustuspäiviä. Kuvioden tiedot on kirjoitettu auki, jotta niiden tulkinta olisi mahdollisimman helppoa. Touko-syyskuun aikana vuonna 2012 Suomen-
linnan Liikenne Oy:n lautoilla matkusti Suomenlinnaan yhteensä yli miljoona (1 024 517) henkilöä.



Kuvio 7. Matkustajamäärä kuukausittain (n = 1 024 517)

Kuviossa 7. esitetään Suomenlinnan Liikenne Oy:n matkustajamäärien vaihtelu kuu-
kausittain vuoden 2012 tilaston perusteella. Kuvioon on otettu mukaan tälle tutkimuk-
selle oleellisimmat kesäsesongin kuukaudet, eli touko-, kesä-, heinä-, elo- ja syyskuu.
Sähköpostitse saadussa Excel -muotoisessa tilastossa oli mukana myös huhtikuun mat-
kustajamäärät, mutta huhtikuu ei kuulu tämän tutkimuksen viitekehykseen, joten se
jätettiin pois analysoinnista. Kuvioista selviää heinäkuun olleen selvästi suosituin kuu-

kausi matkustajamäärältään vuonna 2012, sillä tuolloin jopa kolmasosa (31 %) kesän kävijöistä vieraili Suomenlinnassa. Elokuussa Suomenlinnassa vieraili viidesosa (25 %) ja kesäkuussa neljäsosa (20 %) kesän kävijöistä. Toukokuu jäi neljänneksi suosituimmaksi vierailukuukaudeksi 16 % kävijämäärällä, kun taas syyskuussa vain 7 % toteutti vierailunsa Suomenlinnaan. Kuten JT-Line Oy:n, myös Suomenlinnan Liikenne Oy:n suosituimmat kuukaudet matkustajamäärältään olivat kesä-, heinä- ja elokuu. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 0,05\%$... $\pm 0,1\%$ -yksikköä.



Kuvio 8. Matkustajamäärä viikonpäivittäin (n = 1 024 517)

Kuvioon 8. on merkitty Suomenlinnan Liikenne Oy:n matkustajamäärän vaihtelu viikonpäivittäin vuonna 2012. Kuvioista selviää suosituimman vierailuajankohdan olleen loppuviikko ja viikonloppu. Eniten matkailijoita oli lauantaisin, jolloin vieraili neljäsosa (20 %) koko viikon matkailijamäärästä. Toiseksi suosituimpana vierailupäivänä, perjantaina, teki vierailunsa 16 % matkailijoista. Kuvion perusteella torstai ja keskiviikko olivat kolmanneksi suosituimpia päiviä matkustaa Suomenlinnaan, sillä molemmilla oli 14 % osuus kaikista viikon kävijöistä. Kuvioista ei prosentuaalisesti ilmene torstain olleen määrällisesti hieman keskiviikkoa suositumpi vierailupäivä, sillä vuonna 2012 Suomenlinnassa vieraili torstaisin yhteensä 148 309 henkilöä ja keskiviikkoisin 141 113 henkilöä. Tiistai ja sunnuntai jäivät molemmat vähiten suosituimpien vierailupäivien joukkoon, sillä molempina päivinä vieraili vain 13 % koko viikon kävijämäärästä. Vähiten suosituin päivä matkustaa Suomenlinnaan on ollut maanantai, jolloin vieraili vain

kymmenesosa (10 %) kävijöistä. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 0,06\%$... $\pm 0,1\%$ -yksikköä.

Verratessa JT-Line Oy:n ja Suomenlinnan Liikenne Oy:n matkailijatilastoja vuoden 2012 kesäkaudelta päätettiin vastausten keräyksessä keskittyä molempien yritysten matkailijamäärältä suosituimpiin kuukausiin, eli kesä-, heinä- ja elokuuhun, jotta saataisiin mahdollisimman edustava otos. Toimeksiantajan, Suomenlinnan hoitokunnan, toiveesta tutkimukseen otettiin mukaan myös vähemmän suositut kuukaudet eli touko- ja syyskuu, jotka kuuluvat vuoden huippusesonkiin. Otantasuunnitelma tehtiin siten, että keräyskerroissa ja lomakkeiden määrässä painotettiin heinä- ja elokuuta, jolloin kerättiin neljäsosa (25 %) kaikista vastauksista. Kesäkuussa kerättiin viidesosa (20 %) ja hiljaisempina kuukausina eli touko- ja syyskuussa kerättiin 15 % kaikista vastauksista.

Taulukko 1. Tutkimuksen otantasuunnitelma touko-syyskuulle 2013

| Kuukaudet | Lomakkeiden määrä | HSL:n lautoilla | JT-Line Oy:n vesibussilla | Keräyskerrat kuukaudessa | Keräyskerrat arkipäivinä | Keräyskerrat viikonloppuina |
|-----------------|-------------------|-----------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Toukokuu | 120 | 84 | 36 | 6 | 3 | 3 |
| Kesäkuu | 160 | 112 | 48 | 8 | 4 | 4 |
| Heinäkuu | 200 | 140 | 60 | 10 | 5 | 5 |
| Elokuu | 200 | 140 | 60 | 10 | 5 | 5 |
| Syyskuu | 120 | 84 | 36 | 6 | 3 | 3 |
| Yhteensä | 800 | 560 | 240 | 40 | 20 | 20 |

Taulukkoon 1. on tehty otantasuunnitelma tutkimuksen kyselylomakkeilla suoritettua keräystä varten, jonka tavoitteeksi määriteltiin 800 vastausta. Vastaukset kerättiin touko-syyskuun aikana vuonna 2013 otantasuunnitelmaa noudattaen. Otantasuunnitelma tehtiin JT-Line Oy:n ja Suomenlinnan Liikenne Oy:n vuoden 2012 matkustajatilastojen analysoinnin perusteella, sillä tilastojen avulla selvitettiin matkustajamäärältään suosituimmat kesäsesongin kuukaudet ja viikonpäivät. Analysoitaessa molempien yritysten matkustajatilastoja kesältä 2012 selvisi, että kesä-, heinä- ja elokuussa oli suurimmat matkailijamäärät, joten kyselyjen keräyksessä päätettiin keskittyä kyseisiin kuukausiin. Heinä- ja elokuussa kerättiin yhteensä puolet (50 %) vastauksista, joten molempina kuukausina kerättiin 200 eli neljäsosa (25 %) kaikista vastauksista. Kesäkuussa, joka oli kahta edellä mainittua kuukautta hieman matkustajamäärältään hiljaisempi kuukausi, kerättiin viidesosa (20 %) eli 160 vastausta. Matkustajamäärältään kaikkein hiljaisimpina

kuukausina eli touko- ja syyskuussa kerättiin yhteensä noin kolmasosa (30 %) vastauksista, joten molempina kuukausina kerättiin 15 % vastauksista eli 120 vastausta. Otantasuunnitelma on laskettu mainittujen prosenttien mukaisesti. Työn toimeksiantajan pyynnöstä vastauksia kerättiin mahdollisuuksien mukaan yhtä paljon sekä arkena että viikonloppuisin, jonka vuoksi otantasuunnitelmaan on laskettu yhtä paljon keräyskertoja molemmille. Viikonloppuun määriteltiin kuuluvan perjantai, lauantai ja sunnuntai ja arkipäiviksi luettiin maanantai, tiistai, keskiviikko ja torstai.

Kyselylomakkeita päätettiin kerätä Suomenlinnan Liikenne Oy:n lautoilla 70 % koko keräystavoitteen määrästä ja JT-Line Oy:n vesibussien laitureiden läheisyydessä kerättiin loput 30 % vastauksista. Keräysmäärät päätettiin vertaamalla molempien yritysten kokonaismatkustajamääriä touko-syyskuussa 2012 sähköpostitse pyydettyjen tilastojen avulla. Kesäsesongin aikana vuonna 2012 JT-Line Oy:n vesibusseilla vieraili Suomenlinnassa yhteensä hieman yli satatuhatta (100 478) henkilöä ja Suomenlinnan Liikenne Oy:n lautoilla yhteensä yli miljoona (1 024 517) matkustajaa. Koska Suomenlinnan Liikenne Oy:llä oli lähes kymmenkertaisesti matkustajia JT-Line Oy:n matkustajamäärään verrattuna, painopiste keräyksille oli kyseisen yrityksen lautoilla ja lauttasatamissa Suomenlinnassa ja Helsingin Kauppatorilla. Lisäksi Suomenlinnan Liikenne Oy:n lautat kulkivat kesällä useammin, 20 minuutin välein, kuin JT-Line Oy:n vesibussit, jotka kulkivat päivisin puolen tunnin välein.

3.3 Muu tilausristeilyliikenne Suomenlinnaan

Suomenlinnaan on mahdollista päästä myös varaamalla yksityisen tilausristeilyn tai vuokraamalla laivan yksityiseen käyttöön. Suomen Saaristokuljetus on yksi pääkaupunkiseudun tilausristeily- ja reittiliikennöintipalveluita järjestävistä yrityksistä, jonka kautta on mahdollista päästä yksityisesti vierailemaan Suomenlinnassa. Yrityksellä on neljä alusta käytössään, yhdelle tilausristeilylle suositeltu enimmäishenkilömäärä on 65. Tilauslaivat lähtevät Helsingistä Kauppatorin, Kruunuhaan ja Hakaniemen laitureilta. Asiakkaan toiveet vaihtoehtoisesta lähtö- tai paluupaikasta huomioidaan, jos se on mahdollista. Risteilyn ajaksi yritys voi toivomuksesta järjestää ohjelmaa. (Suomen Saaristokuljetus 2013.)

Yksityinen, helsinkiläinen risteily-yhtiö IHA-Lines Oy Helsinki Cruises on toiminut jo vuodesta 1979 saaristoristeilyjen ja meriretkien järjestäjänä. Aikataulun mukaan toukokuussa kulkevien lounas- ja illallisristeilyjen lähtö- ja paluusatamana toimii Helsingin Kauppatori. Tilattujen yksityisristeilyjen järjestäminen esimerkiksi Suomenlinnaan on mahdollista kesäisin, tällöin asiakas voi esittää toiveen risteilyn lähtö- ja paluulaiturista. Perheyritys työllistää kesäsesongin aikaan noin 30 henkilöä, jotka ovat merenkulun, matkailun ja ravintola-alan ammattilaisia ja taitavat useita eri kieliä. Yrityksen suurimmalla m/s Doris-laivalla työskentelee koko sesongin ajan keittiömestareita aidossa laivakeittiössä. IHA-Lines Oy:n arvoja ovat korkea laatu ja ympäristön kunnioittaminen, jotka ovat osa kestävästä kehityksestä. Yrityksen ulkomerialukset täyttävät kaikkein korkeimmat laatu- ja turvastandarditasot. (IHA-Lines Oy Helsinki Cruises 2013a.)

Suomalainen perheyritys Strömma Finland Oy Ab aloitti toimintansa Helsingissä eri nimellä jo vuonna 1956. Yritys järjestää pääkaupunkiseudulla kiertoajeluja ja charterkuljetuksia sekä linja-autoilla että laivoilla. Joulukuussa 2012 Oy Strömma Helsinki Ab sulautui Helsinki Expert Oy -yritykseen, jolloin perustettiin uusi toiminimi Strömma Finland Oy Ab. (Strömma Finland Oy Ab 2013a.) Yritys järjestää kesäsesongin aikaan tilauksesta neljän tunnin risteilyjä Suomenlinnaan, johon on yhdistetty myös Degerön Kanavaristeily. Risteilyyn kuuluu lisätilauksesta Ehrensverd Seuran järjestämä opastettu Suomenlinnan kävelykierros, joka on mahdollista toteuttaa 15 eri kielellä. (Strömma Finland Oy Ab 2013b.)

4 Tutkimuksen toteutus

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa mahdollisimman tarkka ja luotettava arvio Suomenlinnan matkailijakunnan koostumuksesta. Matkailijaprofilin selvittämiseen oli käytettävissä vuosina 2006 (Smyk & Vehkakoski) ja 2010 (Partanen & Törmäkangas) tehdyt aihetta sivuavat opinnäytetyöt ja JT-Line Oy:n ja Suomenlinnan Liikenne Oy:n lautan kävijätiedot vuodelta 2012. Suomenlinnan matkailijoille toteutettiin kymmenelle eri kielelle käännetty (liitteet 3.-12.) kyselytutkimus touko-syyskuun välisenä aikana 2013.

4.1 Tutkimusongelma, tutkimuskysymykset ja työn tavoitteet

Tämän työn tutkimusongelmana oli selvittää mahdollisimman tarkasti, millainen on Suomenlinnan matkailijoiden kävijäprofiili, eli millaisia ovat Suomenlinnan peruskävijät kesäsesongin aikana vuonna 2013. Kävijäprofiilitutkimukseen soveltuu parhaiten kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä, sillä sen avulla voidaan mitata numeraalisesti esimerkiksi kävijän tyytyväisyyttä vierailuun. Kävijätutkimuksia kannattaa suorittaa säännöllisin aikavälein, esimerkiksi vuosittain, jotta saataisiin mahdollisimman ajankohtainen tutkimustulos ja tapahtuneet muutokset havaittaisiin nopeasti. Ennen kävijäprofiilitutkimuksen aloittamista on tärkeää miettiä, mihin kysymyksiin halutaan saada vastaus ja mikä menetelmä sopisi parhaiten tutkimukseen. Kyselylomakkeen ja otannan suunnittelu voidaan aloittaa, kun tutkimuskysymykset on muotoiltu kvantitatiivisella menetelmälle sopivaksi. (Valtion taidemuseo 2010.)

Työn tarkoitus on olla luotettava ja pätevä perusta tulevia jatkotutkimuksia varten. Tutkimuksen tuloksia voivat hyödyntää sekä työn toimeksiantaja, Suomenlinnan hoitokunta, että Suomenlinnassa eri aloilla toimivat yrittäjät. Suomenlinnan hoitokunnalla ja Suomenlinnassa toimivilla yrittäjillä ei ollut luotettavaa tietoa siitä, mistä valtava matkailijoiden määrä koostui. Kyselylomakkeen kysymyksiksi valittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa viisi lyhyttä kysymystä, joiden avulla voitiin mahdollisimman tarkasti ratkaista tutkimusongelma. Tutkimuslomake ja kysymykset testattiin ennen kyselyiden aloittamista, sillä virheellistä lomaketta tai kysymyksiä olisi ollut tiedonkeruuvaiheen jälkeen mahdotonta muuttaa. Muutama tarvittava muutos tehtiin toukokuun alussa suoritettun

testauksen jälkeen. Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä käytettiin tutkimuslomaketta eli kyselylomaketta, koska tutkimusongelman pystyi ratkaisemaan määräkysymykseen vastaamalla. Tutkimus toteutettiin touko-syyskuussa vuonna 2013 sovitun aikataulun mukaisesti. Tallennusvaiheessa vastaukset siirrettiin internetissä toimivaan Webropol 2.0 -sovellukseen ja tulokset analysoitiin Microsoft Office Excelin avulla.

Tutkimuskysymykset tulee muodostaa niiden kysymysten perusteella, joihin halutaan vastaus. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys luodaan samanaikaisesti tutkimuskysymysten kanssa ja niiden tulee johdonmukaisesti liittyä toisiinsa. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkimuskysymykset operationalisoivat eli yhdistävät teoreettisen käsitteen tutkimuksen mitattaviin ominaisuuksiin. (Punch 2003, 29–30.) Tämän työn tutkimuskysymyksistä keskusteltiin suunnitteluvaiheessa työn toimeksiantajan kanssa tarkkaan ja kyselylomakkeen lopullisesta muodosta päätettiin yhdessä. Tutkimuskysymykset valittiin siten, että niiden vastausten perusteella saataisiin mahdollisimman tarkka vastaus tutkimusongelmaan. Tutkimuskysymykset kaikille vastaajille olivat vastaajan ikä, sukupuoli, kotimaa, äidinkieli ja matkan tarkoitus. Lisäksi suomalaisilta kävijöiltä kysyttiin erikseen missä he asuvat, sillä suomalaisten matkailijoiden kotipaikkaa haluttiin tarkentaa. Suomalaisten vastaajien vastausvaihtoehdot asuinpaikan suhteen olivat pääkaupunkiseutu, Etelä-Suomi tai muu Suomi. Aluejaon kriteereinä käytettiin Tilastokeskuksen (2006, ISSN 1799-456X) julkaisemaa määritelmää Suomen aluejaosta, jossa pääkaupunkiseudun alueen muodostavat Helsinki, Espoo Kauniainen ja Vantaa. Saman määritelmän mukaisesti Etelä-Suomen muodostavat maakunnat Varsinais-Suomi, Satakunta, Kanta-Häme, Pirkanmaa, Päijät-Häme, Kymenlaakso ja Etelä-Karjala. Muu Suomi - vastausvaihtoehdosta rajattiin pois sekä pääkaupunkiseutu että Etelä-Suomi, jolloin kyseinen vastausvaihtoehto kattaa kaikki muut jäljelle jäävät Suomen alueet.

Tuomi (2007) määrittelee tutkimuksen viitekehysten muodostuvan tutkimuksen teoreettisesta osuudesta, jossa määritellään tieteellisen teorian käsitteet ja niiden suhteet. Viitekehyksessä luodaan näkökulma, josta tutkittavaa asiaa tarkastellaan ja rajataan tutkittava ilmiö. Teoreettisella viitekehyksellä tarkoitetaan viitekehystä, joka perustuu jo olemassa olevaan tieteelliseen teoriaan. Tällöin tieteellisen teorian tulee olla ennustettavaa ja selitettävää. Käsitteellinen viitekehys perustuu yksittäistä tutkimusta varten mää-

ritellyistä käsitteistä ja niiden suhteista. Kyseisillä termeillä ei ole vakiintunutta käsitteellistä erottelua. (Tuomi 2007, 60.)

Tutkimusongelma rajattiin ja muotoiltiin teoreettisen viitekehyksen avulla, jotta tutkimuksen tavoite saavutettaisiin. Tämän tutkimuksen viitekehys perustuu aihetta sivuaviin vuosina 2006 (Smyk & Vehkakoski) ja 2010 (Partanen & Törmäkangas) tehtyihin opinnäytetöihin, Suomenlinnan Liikenne Oy:n ja JT-Line Oy:n matkailutilastoihin touko-syyskuun ajalta vuonna 2012 ja kyselylomakkeella touko-syyskuussa vuonna 2013 tehtyyn kyselyyn Suomenlinnan matkailijoille. Menetelmäksi valittiin kvantitatiivisen tutkimus, jonka avulla selvitettiin tutkimusongelma mahdollisimman tarkasti ja luotettavasti. Teoriaosuudessa käsitellään Suomenlinnaa matkailijan näkökulmasta, toimeksiantajaa ja Unescon roolia Suomenlinnan matkailulle, koska teoriat liittyvät tutkimuksen aiheeseen.

Suomenlinnan markkinoinnissa voidaan hyödyntää tämän tutkimuksen tuloksia, mutta markkinointitoimenpiteitä suunnitellessa tulee huomioida useita eri asioita. Yleisesti yrityksen markkinointia ja kohderyhmän segmentointia suunniteltaessa on ensiarvoisen tärkeää selvittää kuluttajien käyttäytymiseen, päätöksentekoon ja ostoprosessin liittyvät seikat. Yritysten on keskityttävä ostajiin ja ostopäätökseen, sillä nämä vaikuttavat yritysten toimintaan markkinoilla. Kun seurataan ostokäyttäytymistä, voidaan sen avulla selvittää mitkä ovat ne perusteet joiden avulla päätöksiä tehdään, miten ja mistä ylipäätään ostetaan. Kuluttajien ostokäyttäytymisen ollessa selvillä saadaan hyvä pohja segmentoinnille eli kokonaismarkkinoiden jakamiselle pienempiin osiin. Ulkopuoliset ärsykkeet ja henkilökohtaiset ominaisuudet ohjaavat kuluttajien ostokäyttäytymistä. On mietittävä, miten kuluttajat käyttäytyvät markkinoilla, esimerkiksi milloin ja miten usein ostetaan, mitä ylipäätänsä ostetaan ja mistä. Kuluttajien suhtautuminen rahankäyttöön on myös arvokasta tietää ja on selvitettävä, miten paljon ostajat ovat valmiita käyttämään rahaa. Yritysten on otettava selvää potentiaalisista ostajista ja jo olemassa olevista kuluttajista, jotta tuotteita ja palveluita voitaisiin kehittää edelleen ja luoda uusia eri kohderyhmille. On tärkeää saada vastaus tärkeisiin kysymyksiin, kuten mitä kuluttajat arvostavat, heidän tarpeensa, elämäntapansa ja miten he ylipäätään ostavat. (Bergström & Leppänen 2009, 100–101.)

Hypoteesilla tarkoitetaan tutkijan odotuksia tutkimuksen tuloksista, jotka sisältävät omia toteamuksia, odotuksia ja ehdotuksia tulevalle tutkimukselle. Tutkimuksen muut-
tujen välinen suhde perustetaan teoriaan, joka on olennainen osa tutkimusta. Ennen
tutkimusaineiston keräämisen aloittamista pohditaan tutkimusongelmaan alustavia vas-
tauksia eli hypoteeseja, jotka perustuvat tutkijan omiin näkökulmiin tutkimuksen ai-
heesta ja kirjallisiin lähteisiin tutkittavasta ilmiöstä. Hypoteesia on muokattava riittävä-
sti, kunnes teoria tukee sitä. Hypoteesia ei voi enää muuttaa jälkikäteen, kun tutkimustu-
lokset on kerätty, joten se on muodostettava ennen tutkimusaineiston keräämistä. (Van
der Velde, Jansen & Anderson 2004, 42.)

Ennen tutkimusvastausten keräämisen aloittamista Suomenlinnan kävijäprofiilin selvit-
tämiseksi pohdittiin, millainen Suomenlinnan matkailijaprofiili voisi olla vuoden 2013
touko-syyskuun välisenä aikana. Pohdinnan tuloksena muodostettu hypoteesi perustuu
erityisesti Matkailun edistämiskeskuksen (2013a) Tilastokeskuksen tietojen perusteella
kokoamiin majoitustilastoihin, jossa on tilastoitu Suomessa vuonna 2012 yöpyneiden
ulkomaalaisten matkailijoiden lukumääriä. Kyseisen majoitustilaston mukaan venäläiset
ovat merkittävä ja nopeasti kasvava matkailijajoukko (muutos yöpymisissä 17,1 % vuo-
teen 2011 verrattuna), joilla oli lähes kolminkertaisesti yöpymisiä (1 506 900 yöpymistä)
toisella sijalla oleviin ruotsalaisiin (537 002 yöpymistä, muutos -2,7 %) verrattuna.
Kolmannella ja neljännellä sijalla olleet saksalaiset ja britit ovat myös merkittäviä mat-
kailijaryhmiä, sillä saksalaiset yöpyivät Suomessa 534 239 kertaa (muutos -1,3 %) ja bri-
tit 405 541 (muutos 4,2 %) kertaa. Japanilaisten matkailijoiden yöpymisten määrä kas-
voi kaikista verrokkivaltioista eniten (muutos 20,8 %) yöpymisten määrän (176 919
yöpymistä) jäädessä vielä toistaiseksi suhteellisen pieneksi. Lisäksi kiinalaisten yöpymis-
ten määrä (112 591 yöpymistä) kasvoi paljon edellisvuoteen verrattuna, jopa 10,5 %.
Vuoden 2012 majoitustilastojen perusteella muodostettiin hypoteesi, jonka mukaan
ulkomaalaisista kävijöistä venäläiset olisivat suurin matkailijaryhmä Suomenlinnassa
ennen toisena tulevia ruotsalaisia ja kolmanneksi tulevia brittejä. Lisäksi oletettiin, että
japanilaisten ja kiinalaisten matkailijoiden osuus Suomenlinnan matkailijaprofiilissa olisi
merkittävä ja kasvava. Suomalaisten matkailijoiden tiedettiin olevan Suomenlinnan suu-
rin matkailijaryhmä, joten oletuksena oli että kaikista kansalaisuuksista suomalaisia vie-
railisi eniten kesäkauden aikana. (Matkailun edistämiskeskus 2013a.)

4.2 Tutkimusmenetelmä ja otanta

Tutkimusongelman ratkaistua päätettiin, millaisella tutkimusmenetelmällä voitaisiin lähestyä määriteltyä tutkimusongelmaa. Tutkimuksessa voi käyttää joko kvantitatiivista tai kvalitatiivista tutkimusotetta. Tässä tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, koska se soveltui parhaiten tutkimusongelman ratkaisemiseen. Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen avulla voidaan selvittää vastauksia kysymyksiin kuinka usein, missä, mikä ja kuinka paljon. Kvantitatiivinen tutkimuksen luotettavuuden varmistamiseksi otoksen on oltava numeerisesti tarpeeksi suuri. Standardoidut kyselylomakkeet, joissa vastausvaihtoehdot ovat valmiiksi valittu, ovat yleisin tapa kerätä tutkimusaineistoa. Kvantitatiivisen tutkimuksen tulokset havainnollistetaan erilaisten kuvioiden ja taulukoiden avulla ja kuvataan numeeristen tietojen perusteella. (Heikkilä 2010, 16–17.) Kvantitatiivinen tutkimus on empiiristä eli havainnoivaa tutkimusta, jolla tarkoitetaan teoriasta johdetun hypoteesin eli olettamuksen testausta. Lomakekyselyt, systemaattinen havainnointi ja strukturoidut haastattelut ovat yleisempiä aineistonkeruumenetelmiä kvantitatiiviselle tutkimukselle. (Heikkilä 2010, 13.)

Kvalitatiivinen tutkimus tarkoittaa laadullista tutkimusta, jossa valittua kohdetta tarkastellaan kokonaisvaltaisesti (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2010, 161). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa suulliset selonteot ja diskurssien sanasta sanaan litterointi ovat tyypillisiä ei-numeerisia menetelmiä aineistonkeruussa (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2010, 136). Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tärkeää käyttää useampaa kuin yhtä aineistonkeruumenetelmää, jolloin tutkimustuloksesta saadaan luotettavampi. Aineistonkeruumenetelmiä ovat havainnointi, perusteellinen haastattelu, osallistuva havainnointi, äänittäminen ja dokumentointi. Osallistuva havainnointi vie runsaasti aikaa ja on kallis, mutta laadukas tutkimusmenetelmä. (Morrison, Haley, Sheehan & Taylor 2002, 21.) Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä ei sopinut tähän tutkimukseen, koska tutkimusongelman selvittämiseen vaadittiin nimenomaan numeraalista menetelmää sekä aikataulu ja budjetti olivat rajallisia.

Tutkimuksen tilastoaineistoa voi kerätä joko kokonaistutkimuksen tai otantatutkimuksen avulla. Kokonaistutkimuksessa pyritään tarkastelemaan jokainen otantayksikkö koko perusjoukosta, jossa on yleensä alle 100 otantayksikköä. Otantatutkimuksessa tar-

kastellaan vain osaa perusjoukosta, joka oikein valittuna edustaa koko perusjoukkoa. Valitut kriteerit täyttävä perusjoukon osajoukko eli otos on edustava, jos otantayksiköiden ominaisuudet vastaavat perusjoukon vastaavia ominaisuuksia. Osajoukon tutkiminen mahdollistaa samanlaisten ominaisuuksien selvittämisen koko perusjoukosta. Jokaisella perusjoukon otantayksiköllä tulee olla yhtä suuri mahdollisuus tulla valituksi otokseen, muuten osajoukko ei ole otos vaan näyte. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 29–30.) Kokonaistutkimus vie yleensä runsaasti aikaa ja rahaa, minkä vuoksi kyseinen menetelmä ei soveltunut tähän tutkimukseen. Lisäksi mahdollisimman luotettavan ja edustavan otoksen saamiseksi tutkimuksen tavoitteeksi otoksen kooksi asetettiin useita satoja, joka olisi ollut aivan liian suuri määrä kokonaistutkimusta varten. Otantatutkimuksessa tulokset saadaan nopeasti käyttöön ja se on edullinen tapa suorittaa tilastoaineiston kerääminen, minkä ansiosta kyseinen menetelmä soveltui erinomaisesti tähän tutkimukseen.

Tämän työn otantamenetelmänä käytettiin yksinkertaista satunnaisotantaa. Satunnaisotannalla tarkoitetaan sitä, että kaikki otantayksiköt valikoituvat yhtä suurella todennäköisyydellä otokseen. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 31.) Otantamenetelmän valinnan jälkeen luotiin otantakehikko, joka perustuu etukäteen laadittuun listaan perusjoukon havaintoyksiköistä. Otostutkimuksen tulokset koskevat vain tässä otoskehikossa olevia. Otoksen koko perustuu virhemarginaaliin, eli otoksen kokoa miettiessä on otettava huomioon miten tarkasti tuloksia voidaan yleistää perusjoukkoa koskevaksi. Esimerkiksi 1000 vastaajan otos on minimimäärä valtakunnallisissa tutkimuksissa, jolloin tulosten virhemarginaali jää muutamiin prosentteihin. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 111.) Tämän tutkimuksen otantakehikko oli Suomenlinnassa vierailevat matkailijat touko-syyskuun välisenä aikana vuonna 2013. Otantakehikon luomisen jälkeen päätettiin tutkimuksen otoksen koko, jonka tavoitteeksi määriteltiin useita satoja vastauksia.

Tieteellisessä tutkimuksessa pyritään tekemään päätelmiä tutkittavasta ilmiöstä ja tällöin tutkimuksella on oltava myös kohderyhmä eli populaatio, joka liittyy tähän tutkittavaan ilmiöön. Populaatio kertoo tutkimuskohteesta, eli ketä tai mitä oikein tutkitaan. (Kananen 2008, 70.) Tämän tutkimuksen populaatioksi valittiin kaikki JT-Line Oy:n ja Suomenlinnan Liikenne Oy:n lautalla Suomenlinnaan touko-syyskuussa 2013 tulleet matkailijat, jotka pyrittiin tavoittamaan tarkkaan määriteltynä aikoina. Suunnitelmana oli,

että kyselyitä kerättäisiin viikon eri päivinä ja eri kellonaikoina, jotta vastauksia saataisiin kerättyä mahdollisimman monipuolisesti ja tulos olisi luotettava. Ennen tutkimuksen aloittamista tiedettiin suunnilleen, milloin suurin osa matkailijoista tulee Suomenlinnaan. Kesäsesongin ajalta touko-syyskuussa erityisesti viikonloput ja aamu- ja iltapäivät ovat olleet suosittuja ajankohtia. Lisäksi suurin osa matkailijoista tulee vuosittain heinä-elokuussa Suomenlinnaan koululaisten ja työntekijöiden lomien vuoksi. Keski-eurooppalaisia odotettiin tulevan runsaasti elokuussa, jolloin kyseisissä maissa vietetään lomaa. Suomalaisten matkustajien odotettiin keskittyvän lähinnä viikonloppuihin ja säältään suosiviin päiviin.

4.3 Kyselylomakkeen laatiminen

Tutkimusprosessiin kuuluu tärkeänä osana tutkimusongelman määrittäminen ennen tutkimuksen aloittamista. Tässä tutkimuksessa tutkimusongelmaksi määriteltiin Suomenlinnan peruskävijöiden selvittäminen kesäsesongin aikana vuonna 2013. Tutkimuksen toimeksiantajalla eli Suomenlinnan hoitokunnalla oli suhteellisen selkeä mielipide kyselylomakkeeseen tulevista kysymyksistä, mutta ennen kysymysten laadintaa oli silti selvitettävä taustatietoja aiheelle. Ennen kyselyn suorittamista selvitettiin JT-Line Oy:n ja Suomenlinnan Liikenne Oy:n vuoden 2012 kävijätilastojen avulla, kuinka paljon matkailijoita Suomenlinnassa oli tuolloin vierailut ja milloin suurin osa matkailijoista oli liikkunut. Yleistävän analysoinnin jälkeen päätettiin otannan koko, suunniteltiin kyselylomakkeen pituutta ja muotoiltiin kysymyksiä. Perehtymällä jo olemassa oleviin tutkimusaineistoihin, kuten vuonna 2010 ja 2006 Suomenlinnan hoitokunnalle toimeksiantoina tehtyihin opinnäytetöihin, muodostui hyvä kokonaiskuva siitä, mihin tässä tutkimuksessa tulisi kiinnittää huomiota ja millaisia kysymyksiä kannattaa laatia kyselylomakkeeseen. Tärkeä kriteeri oli kyselyn teon nopeus ja sujuvuus, sillä tavoitteeksi asetettu otoskoko (800) haluttiin saavuttaa mahdollisimman hyvin. Nopeasti suoritettavan kyselyn avulla vastauksia voidaan kerätä pienessä ajassa paljon, jonka ansiosta tutkimus edistyy nopeasti ja aikataulun mukaan.

Kyselytutkimuksen avulla kerätään tietoa määriteltyä otosta edustavilta yksittäisiltä vastaajilta, joita haastatellaan käyttämällä etukäteen laadittua, tarkkaan muotoiltua kyselylomaketta. Kyselytutkimuksen luotettavuus riippuu kyselylomakkeen laadusta ja kysy-

mysten muotoilusta, vastaajien rehellisyydestä ja haastattelutilanteen sujuvuudesta. Numeraalisten tulosten analysointi on helpointa jonkin tietokoneohjelman avulla, kun vastaajien määrä on suuri. Kyselytutkimuksen suurimpia etuja ovat objektiivisuus, tulosten esittämisen yksinkertaisuus ja tutkimuksen toistettavuus tarvittaessa. Kyselylomakkeita hyödynnetään etenkin silloin, kun tutkimuskysymysten vastaamiseen tarvitaan jäsenneltyä tietoa. (Veal 2006, 231–233.)

Kyselylomakkeesta tehtiin ulkoasultaan helppolukuinen, nopeasti vastattava ja looginen. Kyselylomakkeen alkuun kirjoitettiin toimeksiantajan toiveesta lyhyt esittelyteksti, jotta vastaajat ymmärsivät nopeasti tutkimuksen tarkoituksen. Tutkimuksen yleiset tiedot, kuten ketkä tutkivat, kenen toimeksiannosta, mitä tutkitaan ja mihin tietoja käytetään, tiivistettiin näkyviin esittelytekstiin. Lisäksi vastaajia kiitettiin tutkimukseen osallistumisesta. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun logo asetettiin kysymyksen vasempaan yläkulmaan, jotta kyselyn vakuuttavuus ja ammattimaisuus kasvoi. Tutkimuslomakkeen toimivuus ja ymmärrettävyys testattiin toukokuun ensimmäisellä viikolla pienellä vastaajamäärällä (25 vastaajaa) ennen varsinaisen tutkimuksen aloittamista toukokuun toisella viikolla. Vastaajina toimivat Helsingin Kauppatorilla Suomenlinnan Liikenne Oy:n lauttaa odottaneet matkustajat, jotka olivat varsinaisen kyselyn kohderyhmä. Koekyselyn tarkoituksena oli selvittää kysymysten vastausvaihtoehtojen sisällön toimivuus, kysymysten ymmärrettävyys ja mittauksen onnistuminen. Testaamisen ansiosta huomasimme lisätä viimeisimmän kysymyksen (Mikä on matkanne tarkoitus?) kohdalle kolmannen vastausvaihtoehdon muu, sillä kaikki vastaukset eivät sopineet kahteen ensimmäiseen, loma- vai työmatka, kohtaan. Testauksen jälkeen suurensimme hieman kirjasinkokoa, paksunsimme otsikon ja muutimme kyselyn asettelua entistä selkeämmin vastattavaksi.

Aaltola ja Valli (2007) määrittelevät kyselylomakkeen rakentuvan usein alusta loppuun järjestyksessä taustakysymyksistä, helposti vastattavista kysymyksistä, arkojen aihealueiden kysymyksistä ja lopuksi kysyttävistä jäähdyttelyvaiheen kysymyksistä. Taustakysymykset toimivat selittävinä muuttujina eli niiden avulla tarkastellaan tutkittavaa ominaisuutta. Taustakysymyksiä, jotka toimivat lämmittelykysymyksinä varsinaiseen aiheeseen, voivat olla esimerkiksi vastaajan ikä, sukupuoli ja koulutus. Taustakysymysten jälkeen tulevilla helpoilla kysymyksillä johdatellaan seuraavaksi kysyttäviin arkoihin aiheisiin.

Jäähdyttelyvaiheen kysymyksissä on muutamia helposti vastattavia kysymyksiä. Lomakkeen pituus määräytyy kohderyhmän mukaan, sillä aihealue ja aiheen merkitys vastaajalle vaikuttavat vastaamisinnokkuuteen ja heidän lukutaitonsa ja keskittymiskyky täytyy huomioida kysymyksiä rakentaessa. Ohjenuorana on, että alakoululaisille kaksi sivua on kyselylomakkeen enimmäismäärä, kun taas aikuisille se on viisi sivua. Kysymysten muotoilu kohderyhmän mukaan kielellisesti oikein on ehdottoman tärkeää kyselyn onnistumisen kannalta, koska vaivaton luettavuus helpottaa vastaamista. (Aaltola & Valli 2007, 103–105.) Tätä tutkimusta varten tehdyssä lyhyessä kyselyssä kaikki kysymykset olivat tavallaan taustakysymyksiä, koska niiden avulla saatiin vastaus tutkimusongelmaan. Varsinaisia arkoja tai jäähdyttelyvaiheen kysymyksiä ei kysytty tässä tutkimuksessa, koska kyselyn tarkoitus ei niitä vaatinut.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa voi käyttää sekä avoimia että suljettuja kysymyksiä. Avoimet kysymykset mahdollistavat vapauden vastata etukäteen määrittelemättömällä tavalla, mutta niiden ongelmana on vastausten analysoinnin vaikeutuminen. Suljetut kysymykset rajaavat vastausvaihtoehtoja, jolloin vastausten analysointi on nopeaa ja yksinkertaista. Strukturoidun lomakkeen kysymykset ja vastausvaihtoehdot on määriteltävä tarkkaan etukäteen, jolloin vastaaja valitsee niistä sopivan vaihtoehdon. Monivalintakysymyksissä voi valita yhden tai useamman vastauksen valmiista vastausvaihtoehdoista. (Van der Velde, Jansen & Anderson 2004, 112–115.) Molempia sekä avointa, että strukturoitua kysymystyyppiä voidaan käyttää samassa kyselylomakkeessa. Silti ne on analysoitava niille määritellyillä ohjeilla. (Futunet & Internetix. 2005.) Tämän työn kyselytyyppinä käytettiin sekä avoimia että strukturoituja kysymyksiä. Valmiit vastausvaihtoehdot laitettiin kyselylomakkeeseen, jotta saataisiin vastaukset valuttuihin yksinkertaisiin kysymyksiin. Lomakkeeseen laitettiin muutama avoin kysymys, jotta saataisiin tarkempia ja selittävämpiä tuloksia. Kysymysvaihtoehdot numerot 3. (äidinkieli) ja 4. (kotimaa) (liitteet 1.-10.) päätettiin jättää avoimiksi kysymyksiksi, koska niiden vastausmahdollisuutta ei haluttu rajata mahdollisimman luotettavan arvion saamiseksi myös Suomenlinnan matkailijoiden vähemmistön edustajien kävijämäärästä. Kysymysvaihtoehdoille numero 1. (sukupuoli), 2. (ikä), 5. (missä asut?) ja 6. (mikä on matkasi tarkoitus?) (liitteet 1.-10.) laadittiin suljetut vastausvaihtoehdot, koska niiden vastaukset olivat ennustettavissa ja rajattavissa.

Kysely käännettiin kymmenelle eri kielelle, jonka ansiosta vastaajien ymmärrys helpotui ja vastaukset ovat mahdollisimman luotettavia. Vastaajien ymmärryksen varmistamiseksi ja kyselyn nopeuttamiseksi kysymykset muotoiltiin mahdollisimman lyhyiksi ja termistö vaivattomaksi ymmärtää. Kyselyiden kääntämiseen pyydettiin apua HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun kieltenopettajilta ja tarvittavien kielten taitoisilta tutuilta. Englannin-, saksan- ja ruotsinkieliset kyselylomakkeet käännettiin itse omaa kielitaitoa hyödyntäen. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun opettajista Piia Mattila auttoi espanjankielisessä käännöksessä, Bo Dong kiinankielisessä versiossa ja Marjaana Mäkelä ranskankielen käännöksessä. Venäjänkielisen käännöksen teki HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun opiskelija Eija Sipari. Italiankielisen version kyselylomakkeesta teki Helsingin Matkailu Oy:n vastaava matkailutiedottaja Sanna Salonen. Japaninkielisen käännöksen teki humanististen tieteiden kandidaatti Hanna Pärnä. Lähetimme valittujen käännösten tekijöille sähköpostitse suomeksi tehdyn kyselylomakkeen, johon kirjoitimme saateviestin, asetimme määrärajan vastaamiselle ja kiitimme vaivannäöstä jo etukäteen. Käännösten tekijät käännsivät sekä kyselyn alkutekstin että kysymykset ja lähettivät käännetyn version sähköpostitse. Palkkiota emme antaneet pyydetyn tehtävän yksinkertaisuuden ja nopeuden vuoksi. Valmiit käännökset hyväksyttiin ja tarkistettiin työn toimeksiantajalla, Suomenlinnan hoitokunnalla, ennen kyselyn toteuttamista. Käännösongelmia ei ilmennyt.

Kvantitatiivisen tutkimuksen keräystavaksi valittiin Webropol 2.0. -sovelluksella laadittu sähköinen kysely, joka kuitenkin toteutettiin paperisena kyselynä eri kielille käännettyinä. Maailmanlaajuisesti kyseistä sovellusta käyttää noin 2500 eri organisaatiota kyselyiden ja tutkimusten luomiseen, kvantitatiivisiin analyysiin, raportointeihin ja lukuihin muihin käyttötarkoituksiin (Webropol 2013). Paperiselle kyselylomakkeelle kerätyt vastaukset syötettiin yksitellen internetin kautta kyseiseen sovellukseen, jolloin kaikki tieto tallentui samaan paikkaan. Kyselyn valmistuessa sovelluksen avulla voitiin analysoida vastauksia ja siirtää vastaukset Microsoft Office Exceliin, jossa niitä pystyi tarkemmin muokkaamaan. Webropol 2.0 -sovelluksen avulla kyselyiden teko nopeutui, vastausten tallentaminen oli suhteellisen vaivatonta ja tulosten analysoiminen helpompaa.

4.4 Tutkimuksen eteneminen ja aineiston keruu

Tutkimus toteutettiin paperisten kyselylomakkeiden avulla Suomenlinnan matkailijoille touko-syyskuun välisenä aikana vuonna 2013. (Liitteet 3.-12.). Kyselylomakkeet oli käännetty avustuksella kymmenelle eli kielelle: suomeksi, ruotsiksi, englanniksi, saksaksi, venäjäksi, italiaksi, ranskaksi, espanjaksi, japaniksi ja kiinaksi. Haastattelut tapahtuivat pääosin suullisesti joko suomen, ruotsin tai englannin kielellä siten, että kaikki lomakkeen kysymyskohdat luettiin vastaajalle ääneen ja haastattelija merkitsi vastaukset lomakkeeseen. Tarvittaessa annoimme kysymyslomakkeen haastateltavalle itse täytettäväksi joko henkilön äidinkielellä tai hänen osaamallaan kielellä, jolle kysely oli käännetty. Tutkimuksessa mukana olleet haastateltavat valittiin satunnaisotannalla, tarkoituksena oli saada mahdollisimman monipuolinen vastaajaryhmä. Kyselytutkimukseen vastanneille ei annettu palkkiota, koska kyseessä oli vähän aikaa vievä ja helposti vastattava kysely. Tavoitteena oli kerätä ja analysoida yhteensä useita satoja vastauksia, jotta tuloksesta saataisiin mahdollisimman luotettava ja tarkka. Otantasuunnitelmassa (taulukko 1.) määriteltiin otoksen kooksi 800. Opinnäytetyön toimeksiantaja, Suomenlinnan haitokunta, keräsi määriteltynä ajanjaksona 25 vastausta ja opinnäytetyön tekijät keräsivät kahdestaan 825 vastausta. Lopullinen vastausmäärä oli 850 kappaletta.

Tutkimuksen tarkoituksena oli suhteellisen lyhyen ja ytimekkään kyselyn avulla tuottaa luotettava arvio Suomenlinnan matkailijakunnan koostumuksesta kesäsesongin aikaan 2013, eli selvittää millaisia ovat Suomenlinnan peruskävijät. Yhden kyselyn tekemisen kestoksi määriteltiin 2-3 minuuttia. Tutkimuksen alkuperäisen suunnitelman mukaan kysely oli tarkoitus toteuttaa iPadilla, jolloin vastaukset olisivat rekisteröityneet suoraan Webropol 2.0.-sovellukseen. Käytännössä paperiversion käyttäminen haastattelujen teossa koettiin nopeammaksi ja asiakasystävällisemmäksi, sillä tekniset ongelmat ja iPadin käyttö osoittautuivat haasteellisiksi asiakkaille. Etenkin vanhemmille henkilöille moderni laite vaikutti tutkimustilanteessatilanteessa jopa uhkaavalta ja luotaantyöntävältä, kun taas paperiversioon suhtauduttiin neutraalisti. Kyselyt toteutettiin Suomenlinnan Liikenne Oy:n ja JT-Line Oy:n lauttojen lähtö- ja saapumipaikoilla sekä Helsingin Kauppatorilla että Suomenlinnassa ja Suomenlinnan Liikenne Oy:n lautoilla. Kyselyjen toteutuskohteet valittiin niiden keskeisen aseman vuoksi, sillä suurin osa Suomenlinnan matkailijoista käyttää kyseisiä matkustusmuotoja.

Saavuttaaksemme mahdollisimman erilaisia, eri maista tulevia ja eri syistä Suomenlinnaan matkustavia henkilöitä pyrittiin tekemään kyselyitä eri päivinä, eri kellonaikoina ja erilaisten sääolosuhteiden vallitessa. Kyselyiden tekoon meni yleensä vähintään kaksi tuntia aikaa, jolloin ehti kiertämään Suomenlinnan Liikenne Oy:n ja JT-Line Oy:n lautojen lähtö- ja saapumispaikat sekä Suomenlinnassa että Kauppatorilla. Tämän opin- näytetyön tekijät keräsivät kahdestaan yhteensä 825 vastausta, yleensä keräys tapahtui yksin oman aikataulun mukaisesti. Kyselyitä tehtiin viiden kuukauden eli touko- syyskuun aikana keskimäärin kaksi kertaa viikossa ja kerralla saatiin noin 20 vastausta. Yhden kuukauden aikana saatiin keskimäärin 165 vastausta, mutta suurin osa vastauk- sista kerättiin kesä-elokuussa. Vastausten määrä riippui päivästä, säätilanteesta ja vuo- rokaudenajasta. Etenkin sateisina päivinä oli hyvin vaikeaa löytää vastaajia, kun taas aurinkoisina päivinä lähtölaitureilla ja Suomenlinnan Liikenne Oy:n lautalla saattoi olla hyvin runsaasti väkeä.

Mittaaminen on perusta tilastolliselle tutkimukselle. Mittauksiin perustuvat tutkittavat ominaisuudet, jotka lisätään havaintoyksikköihin. Muuttujiksi sanotaan mitattavia omi- naisuuksia. Havaintomatriisilla tarkoitetaan sitä, että muuttujan arvot, jotka havaintoyk- siköt ovat saaneet, liitetään havaintomatriisiin. Mittarit on tarkoitettu mittaamisen suo- rittamiseen. Mittaria sanotaan säännöksi, jonka avulla ominaisuutta vastaavia arvoja laitetaan tilastoyksikköön. Kun halutaan selvittää ja tutkia jotakin asiaa, on tutkimuksel- le kehitettävä mittari. Tämän jälkeen on määriteltävä siihen liittyvät käsitteet ja päättää tapa mitata kyseistä tutkimusilmiötä. (Kananen 2008, 16.) Tässä tutkimuksessa mittaria käytettiin tutkimusongelman ratkaisemiseen. Mittarina toimi kvantitatiivisella tutki- musmenetelmällä kyselylomakkeella kerätty aineisto.

Tutkimuspäiväkirjan kirjoittaminen tulisi aloittaa jo tutkimuksen suunnitteluvaiheessa ja merkintöjä tulisi tehdä säännöllisesti tutkimusprosessin edetessä. Siihen tulisi kirjoittaa ainakin muistiinpanoja, lyhyitä yhteenvetoja ja tavoiteltuja päivämääriä osatavoitteille. Tehtävälistan suunnittelu muutaman viikon päähän kannattaa prosessin sujuvuuden varmistamiseksi. (Bell 2010, 39–40.) Tämän tutkimuksen vapaamallisen päiväkirjan pi- täminen aloitettiin heti tutkimusprosessin alussa toimeksiantosopimuksen teon jälkeen, eli paljon ennen kyselyiden teon aloittamista. Pelkästään opinnäytetyön tekijöitä varten aloitetun tutkimuspäiväkirjan ansiosta aikataulussa pysyminen, tutkimusprosessin hal-

linta ja varsinaisen kirjoittamisen aloitus ja sujuvuus helpottui. Kyselyiden teon päivämäärät ja kellonajat merkittiin tarkasti ylös, joiden lisäksi kiinnitettiin huomiota kulloinkin vallinneeseen säätilaan ja kävijöiden keskimääräiseen lukumäärään. Päiväkirjaan merkittyjen, suoritettujen kyselyiden perusteella oli helppo suunnitella tulevia kyselyitä ja päättää tulevasta aikataulusta seuraavalle kuukaudelle. Tutkimuspäiväkirjaan merkittiin vapaamuotoisesti muistiin myös huomioita, ideoita ja ilmenneitä ongelmia työn kirjoittamista varten.

4.5 Hyvän tutkimuksen perusvaatimukset

Tässä tutkimuksessa on noudatettu Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (2012) määritelmää hyvästä tieteellisestä tutkimuksesta, jona pidetään sellaista tutkimusta, joka on tehty hyvän tieteellisen tutkimuksen ohjeita noudattamalla. Ohjeita noudattava tutkimus on eettisesti hyväksyttävä ja tulokset ovat luotettavia. Kun tutkimuksen tuloksia tallennetaan, esitetään ja arvioidaan, on tärkeää olla rehellinen, huolellinen ja tarkka. Tutkimus-, tiedonhankinta- ja arviointimenetelmät, joita käytetään tutkimuksen tekemiseen, on sovelluttava tieteellisen tutkimuksen kriteereihin. Avoin ja vastuullinen tiedeviestintä on tärkeää, kun julkaistaan tutkimustulokset. Muiden tutkijoiden tehtyä työtä tulee kunnioittaa ja toisten julkaisemiin teoksiin on muistettava viitata oikealla tavalla. Tutkimuksen suunnittelusta ja toteutuksesta tulee tehdä raportti ja siitä kehittyneet tietoaineistot on tallennettava. Raportoinnille ja tallentamiselle on myös tarkat ohjeistukset, jotka on tehty tieteelliselle tiedolle käytettäväksi. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012.)

Kyselytutkimuksen etuihin kuuluu laajan tutkimusaineiston saaminen suurelta otokselta nopealla ja tehokkaalla tavalla. Haittapuolena on kyseisellä tiedonkeruumenetelmällä saadun tiedon pinnallisuus, sillä vastaajien todellista suhtautumista kysymyksiin ei voi koskaan tietää. Kyselytutkimusta tehdessä on tarkasteltava tutkittavaa asiaa vastaajien näkökulmasta ja on pohdittava, kuinka paljon vastaajat yleensä tietävät kyseisen tutkimuksen aiheesta. Ennen kyselytutkimuksen aloittamista on selvítettävä aiheen entuudestaan tunnettuus, eli löytyykö aiheesta tarpeeksi tietoa. Kysymysten suunnittelu on hankalaa ilman minkäänlaista aiempaa tietoa aiheesta, jonka vuoksi kysymyksiin annetut vastaukset saattavat olla epäluotettavia. Vastausvaihtoehtojen laatua ja ymmärrettävyyttä

tä tulee tarkastella, jotta vastaukset ovat mahdollisimman luotettavia. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 108–109.) Tämän tutkimuksen kyselylomakkeen suunnittelua avusti aihetta sivuavien vuosina 2006 ja 2010 tehtyjen opinnäytteiden kyselyihin tutustuminen, Suomenlinnaan erityisesti matkailukohteena tutustuminen ja tutkimusongelman sekä siitä johdettujen tutkimuskysymysten tarkentuminen.

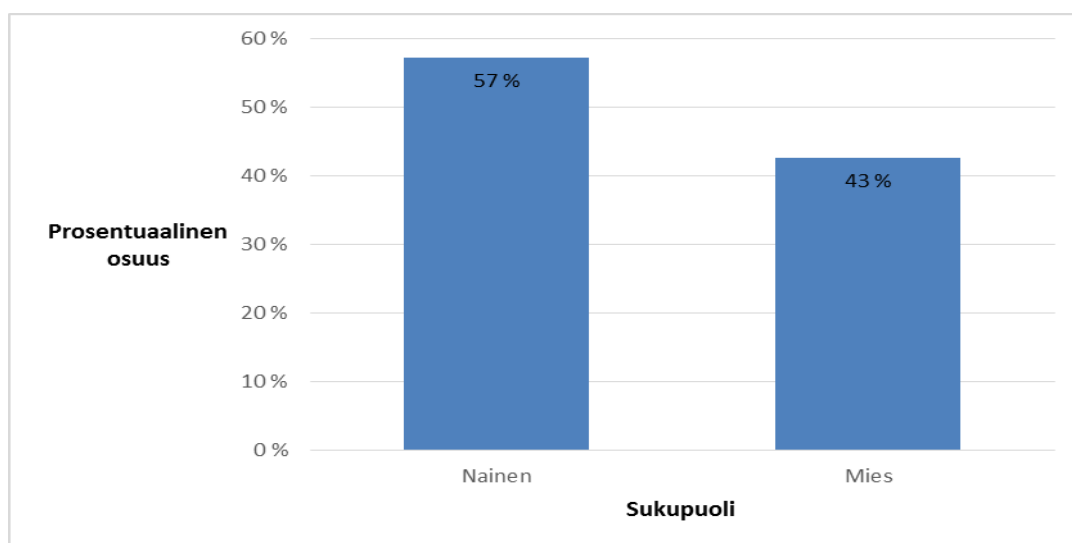
Tutkimuksen eettiset näkökohdat tulee huomioida kaikissa tutkimusprosessin vaiheissa. Tietoisia ja eettisesti perusteltuja ratkaisuja tulisi tehdä jo tutkimusaihetta ja tutkimusongelmaa valitessa, sillä on tärkeää kysyä miksi asiaa ylipäättään halutaan tutkia ja kenen ehdoilla tutkimusaihe valitaan. Tutkimuksen kohteena olevien henkilöiden kohteleminen tulee kiinnittää huomiota jo tiedonhankinnan suunnitteluvaiheessa, koska ihmisiin kohdistuvassa tutkimustyössä tulee huomioida humanin ja kunnioittavan kohtelun edellyttämät näkökohdat. Tiedonhankintaa suunnitellessa tulee selvittää, miten aineiston keräämisessä voidaan taata tutkimukseen osallistujien anonymisuus, luottamuksellisuus ja aineiston asianmukainen tallentaminen. Tutkimustyön kaikissa osavaiheissa tulee välttää epärehellisyyttä ja noudattaa useita tärkeitä tieteellisiä periaatteita. Keskeisiä periaatteita ovat plagiointi- eli kopiointikielto, kaikkien tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden nimeäminen ja tunnustaminen, tulosten esittäminen realistisesti ja raportoinnin kokonaisvaltainen onnistuminen ilman puutteiden piilottelua tai harhaanjohtavuutta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 26–28.) Tutkimuksen teoriaosuudessa on käytetty runsaasti ja monipuolisesti lähteitä, joiden käyttö on tarkkaan harkittua ja niiden alkuperä on merkitty ohjeistuksen mukaisesti.

5 Tutkimuksen tulokset

Tässä kappaleessa esitellään saadut tutkimustulokset eli millaisia asioita tutkimusaineistosta löytyi. Tutkimustulokset ovat vastaus tämän työn tutkimusongelmaan ja tutkimuskysymyksiin, joten tuloksista selviää Suomenlinnan suurimmat ja marginaaliset kävijäryhmät eli Suomenlinnan kävijöiden perusjoukko kesäsesongin aikana vuonna 2013. Tutkimuksen tulosten analysoimiseen ja tuloksia havainnollistavien kuvioiden tekemiseen on käytetty internetissä toimivaa Webropol 2.0 -sovellusta ja Microsoft Office Exceliä. Vastaajia oli yhteensä 850. Kaikki kävijät eivät vastanneet kaikkiin kysymyksiin, joten joidenkin kysymysten kohdalla on pienempi vastaajamäärä, mikä hieman heikentää tutkimuksen luotettavuutta. Luvut on pyöristetty aritmeettisen pyöristyssäännön mukaisesti, jonka vuoksi pyöristys aiheuttaa joidenkin lukujen kohdalla poikkeaman sadasta prosentista.

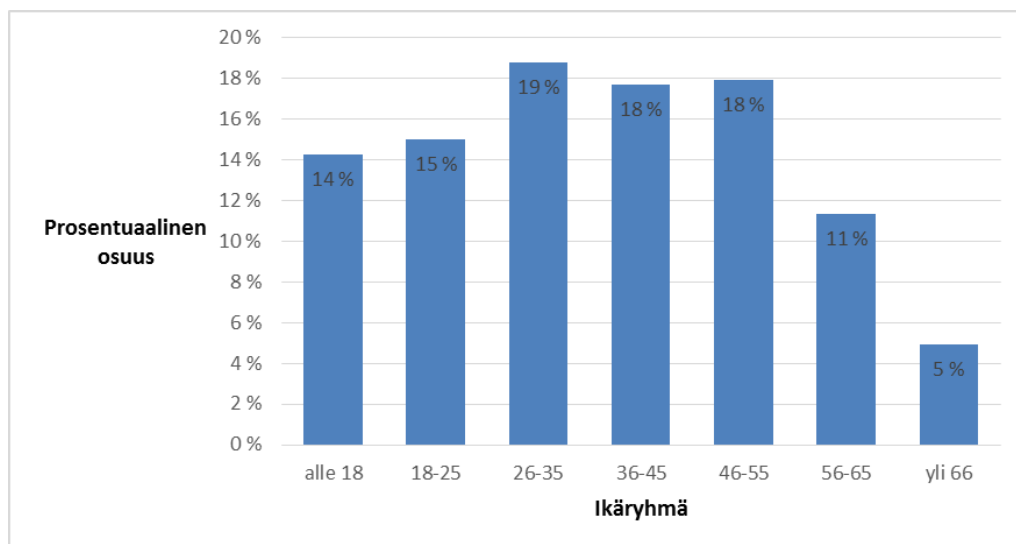
5.1 Kävijöiden sukupuoli ja ikä

Tutkimuksen taustakysymyksiä olivat kävijöiden sukupuoli ja ikä, joiden avulla saatiin selville kävijöiden perustiedot. Taustakysymysten ollessa selvillä voidaan vastauksia verrata helposti vastaajien perustietoihin, jolloin saadaan tarkempia tuloksia esimerkiksi eri-ikäisten vierailijoiden matkan tarkoituksesta tai voidaan selvittää tuleeko joistain valtioista enemmän nais- kuin mieskävijöitä Suomenlinnaan.



Kuvio 9. Kävijöiden (n = 848) sukupuolen osuus prosentteina

Kuvioon 9. on merkitty mies- ja naismatkailijoiden määrät. Yli puolet (57 %) kävijöistä oli naisia, joten miehiä oli vähemmistö (43 %). Kaksi vastaajaa eivät merkinneet sukupuoltaan vastauslomakkeeseen, jonka vuoksi vastaajien määrä on kaksi yksikköä pienempi kuin koko vastaajamäärä. Tutkimuksessa pyrittiin saamaan mahdollisuuksien mukaan yhtä paljon miehiä ja naisia vastaajiksi, mutta lopulta naisvastaajia oli kymmenesosa (10 %) enemmän kuin miesvastaajia. Naisten suurempi vastaajaosuus selittyy osin sillä, että naiset suhtautuivat yleisesti positiivisemmin ja halukkaammin vastaamiseen ja tutkimustilanteeseen kuin miehet. Kyselyiden tekijöiden sukupuoli voi myös vääristää tutkimustulosta, sillä molemmat tekijät ovat naisia, joten joillekin vastaajille saattoi olla helpompaa vastata samaa sukupuolta olevalle tutkimuksen tekijälle. Virhemarginaali oli molemmissa tapauksissa $\pm 3,3$ % -yksikköä.



Kuvio 10. Kävijöiden (n = 847) ikäryhmän osuus prosentteina

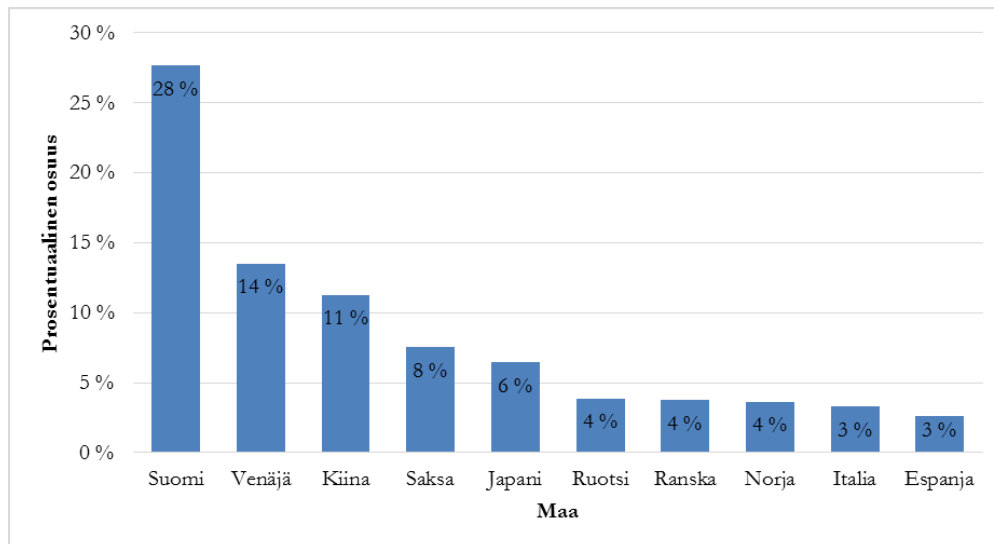
Kuviossa 10. hahmottuu selkeästi suurimmat ja marginaaliset kävijöiden ikäryhmät. Suurin kävijäryhmä on ollut 26-35-vuotiaat, joita on ollut lähes viidesosa (19 %) kävijöistä. Jaetulla toisella sijalla ovat 36-45- ja 46-55-vuotiaat kävijät, joita oli molempia 18 % kaikista kävijöistä. Hieman vähemmän kävijöitä oli nuorten ryhmästä, sillä 18-25-vuotiaita oli 15 % ja alle 18-vuotiaita 14 % kaikista kävijöistä. Selkeästi pienin kävijäryhmä on keski-ikäisiä vanhemmat ikäryhmät, koska 56-65-vuotiaita kävijöitä oli vain hieman yli kymmenesosa (11 %) ja yli 66-vuotiaita vain 5 % kaikista kävijöistä. Vastaajia oli yhteensä 850, mutta ikänsä ilmoitti 847 vastaajaa, eli kolme henkilöä ei

ilmoittanut ikäänsä lainkaan. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 1,5\%$... $\pm 2,6\%$ - yksikköä.

Kävijöiden ikä jaettiin seitsemään eri ryhmään, koska tutkimuksen kannalta ei ollut tarpeellista tietää kaikkien kävijöiden tarkkaa ikää. Lisäksi tutkimustulosten analysointi helpottui ja kategorisoinnilla saatiin selville kävijöiden suurimmat ja pienimmät ikäryhmät. Tulosten perusteella Suomenlinna on erityisesti keski-ikäisten ja aikuisten suosiossa, sillä heitä (26-55-vuotiaita) oli yhteensä yli puolet (55 %) kävijöistä. Nuoria ja lapsia (alle 18-25-vuotiaita) oli kävijöistä noin kolmasosa (29 %). Marginaalinen kävijäryhmä on keski-ikäisten ylittäneet, yli 56-vuotiaat henkilöt, joita oli kävijöissä yhteensä vain 16 %. Tutkimustulosten ja oman havainnoinnin perusteella voisi tulkita, että Suomenlinna on erityisesti sekä suomalaisten että ulkomaalaisten lapsiperheiden ja ryhmien suosiossa. Suurimpien ikäryhmien ollessa selvillä voidaan markkinointi kohdistaa paremmin ja tiedetään, millaisia palveluja ja tuotteita voitaisiin kehittää tai miten olemassa olevia voitaisiin parantaa entisestään.

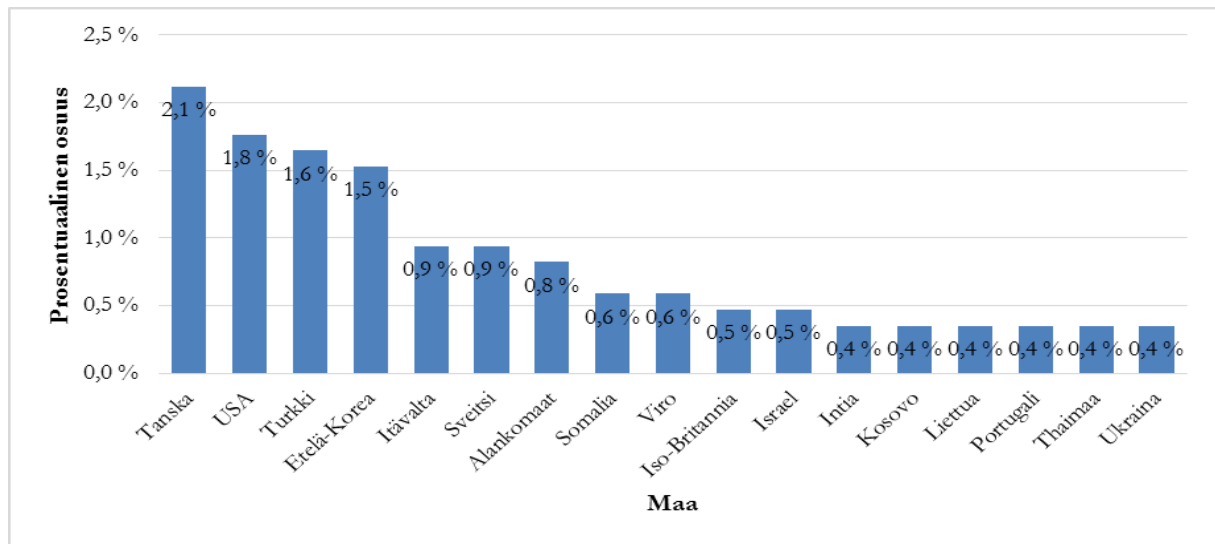
5.2 Kävijöiden kotimaa ja äidinkieli

Suomenlinnan kävijöiden kotimaa ja äidinkieli päätettiin selvittää avoimien kysymysten avulla, jotta saataisiin mahdollisimman kattava kuva siitä, mistä maista matkailijoita vieraillee kohteessa ja mitä kieliä he äidinkielenään puhuvat. Kotimaan ilmoitti kaikki 850 kävijää ja kävijöitä oli yhteensä 33 eri maasta. Äidinkielen ilmoitti kaikki tutkimuksen 850 vastaajaa ja eri kieliä oli yhteensä 31. Kuvioon 11. on listattu suuruusjärjestykseen kymmenen kävijämäärältään suurinta maata ja kuvioon 12. on otettu mukaan loput 23 marginaalista maata. Kuvioista 13. selviää kävijöiden kymmenen yleisintä äidinkieltä ja kuvioon 14. on listattu loput 21 ilmoitettua äidinkieltä suuruusjärjestykseen.



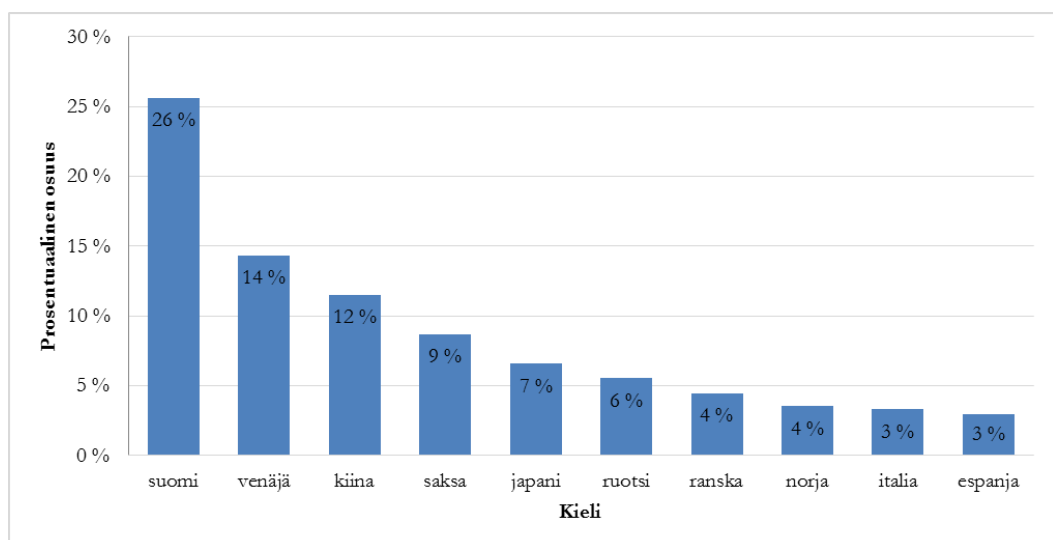
Kuvio 11. Kymmenen yleisintä kotimaata (n = 850)

Kuviosta 11. selviää Suomenlinnan kävijöiden kymmenen yleisintä ilmoitettua kotimaata, joiden osuus kaikista maista on yhteensä 84 % (711 henkilöä). Suomalaisia oli selkeästi eniten, lähes kolmannes (28 %) kaikista kävijöistä. Toiseksi yleisin kotimaa oli Venäjä, mutta venäläisiä oli silti jopa puolet vähemmän (14 %) kuin suomalaisia. Kiinalaisia oli kolmanneksi eniten kävijöistä, jopa joka kymmenes (11 %) kävijä oli Kiinasta. Saksalaisia oli kävijöistä neljänneksi eniten, Saksan ilmoitti kotimaakseen alle kymmenesosa kävijöistä (8 %). Japanista tuli viidenneksi eniten kävijöitä (6 %). Ruotsin, Ranskan ja Norjan ilmoitti jokaista kohden 4 % kävijöistä kotimaakseen, kun taas Italian ja Espanjan ilmoitti vain 3 % kävijöistä kotimaakseen. Kävijöistä reilusti yli puolet (57 %) tuli kolmesta yleisimmästä maasta, eli Suomesta, Venäjältä tai Kiinasta. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 1,1 \%$... $\pm 3,0 \%$ -yksikköä.



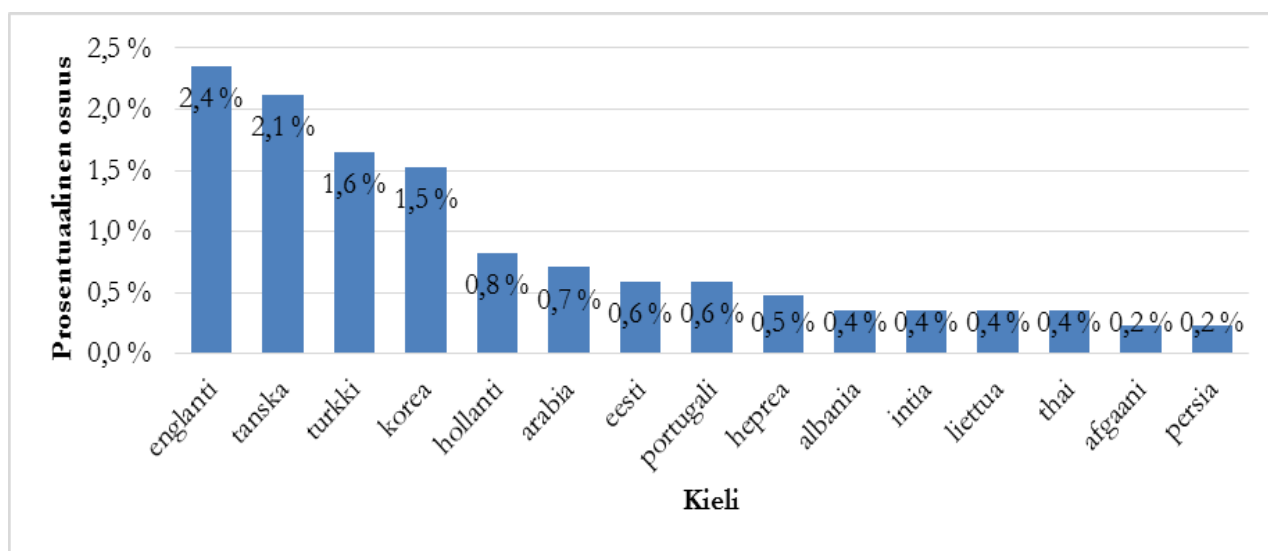
Kuvio 12. Marginaaliset kotimaat (n = 850)

Kuvioon 12. on merkitty 23 maata, joiden kävijämäärä jäi pienemmäksi kuin kymmenen kävijämäärältään suurimman maan (kuvio 11.) kävijämäärä. Kyseisen 23 maan yhteenlaskettu osuus kaikista kävijöiden maista on 15 % ja kuvioon jätettiin merkitsemättä 0,1 % osuuden kävijöistä saaneet maat. Kahdeksalla kuvioon merkitsemättömällä maalla oli yksi kävijä (0,1 %), kyseiset maat olivat Guatemala, Irak, Nepal, Pakistan, Slovakia, Sri Lanka, Taiwan ja Tansania. Kuviosta 11 selviää, että Tanska, USA, Turkki ja Etelä-Korea muodostivat kaikki yli yhden prosenttiyksikön kaikista maista ja loput maat jäivät alle yhden prosenttiyksikön eli kävijöitä oli jokaisesta maasta alle kymmenen. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 0,4 \% \dots \pm 1,0 \%$ -yksikköä.



Kuvio 13. Kymmenen yleisintä äidinkieltä (n = 850)

Kuvioon 13. on listattu Suomenlinnan kävijöiden kymmenen yleisintä äidinkieltä, joiden osuus kaikista ilmoitetuista kielistä on yhteensä 87 %. Suomenkielisiä matkailijoita oli yli neljäsosa (26 %) kävijöistä, kun taas toiseksi yleisintä kieltä, venäjää, puhui äidinkielenään 14 % kävijöistä. Kiinankielisiä matkailijoita oli määrällisesti kolmanneksi eniten, yli kymmenesosa (12 %) kaikista kävijöistä. Saksaa äidinkielenään puhuvia oli hieman alle kymmenesosa (9 %) ja viidenneksi yleisintä kieltä, japania, puhui 7 % kävijöistä. Äidinkielenään puhui ruotsia 6 % kävijöistä ja sekä ranskaa että norjaa puhui 4 % kävijöistä. Kymmenen suosituimman listattujen kielten loppupäässä on italian ja espanjankieliset kävijät, joita oli kumpaakin 3 % kaikista kävijöistä. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 2,9\%$... $\pm 1,1\%$ -yksikköä.

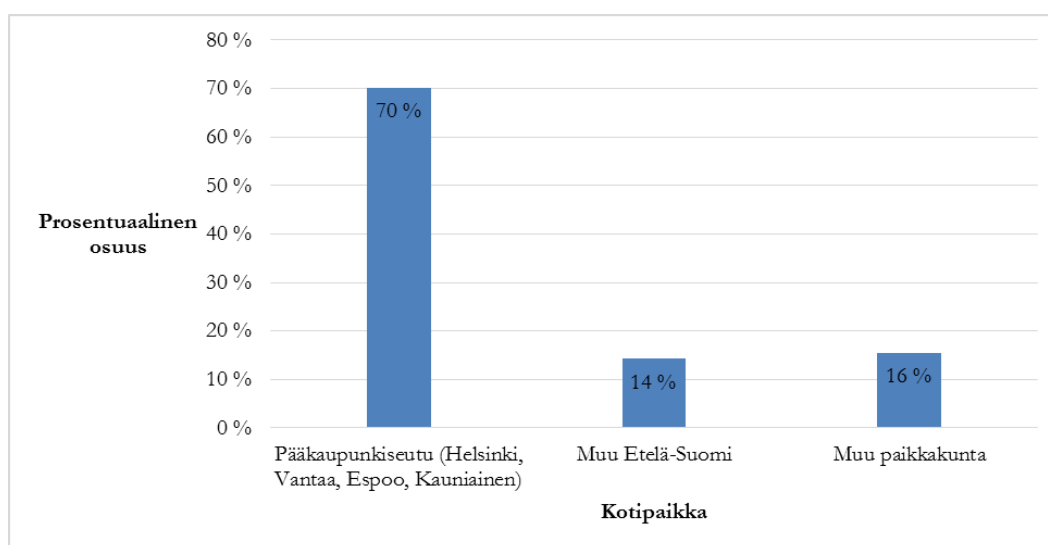


Kuvio 14. Marginaaliset äidinkielet (n = 850)

Kuvioon 14. on merkitty 15 marginaalista kieltä, jotka muodostavat yli kymmenesosan (13 %) kaikista kävijöiden äidinkielistä. Marginaalisista äidinkielistä yleisimmät kielet olivat englantia (2,4 %), tanska (2,1 %), turkki (1,6 %) ja korea (1,5 %). Alle yhden prosenttiyksikön sisään jäivät hollanti, arabia, eesti, portugali, heprea, albania, intia, liettua, thai, afgaani ja persia. Kuvion ulkopuolelle on jätetty kielet, joita puhui vain 0,1 % kävijöistä eli yhteensä kielet muodostavat alle yhden prosentin (0,7 %) kaikista vastaajista. Kyseiset kielet olivat indonesia, nepal, slovakki, swahili, tamili ja urdu. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 0,3\%$... $\pm 1,0\%$ -yksikköä.

5.3 Suomalaisen kävijöiden kotipaikka

Toimeksiantajan, Suomenlinnan hoitokunnan, pyynnöstä suomalaisilta vastaajilta kysyttiin erikseen missä he asuvat, koska haluttiin saada tarkemmin selville kotimaisten matkailijoiden asuinpaikka. Aluejaon kriteereinä käytettiin Tilastokeskuksen (2006) julkaisemaa määritelmää Suomen aluejaosta, joten kotipaikka jaettiin kolmeen eri kategoriaan: pääkaupunkiseutuun, Etelä-Suomeen ja muuhun paikkakuntaan. Suomenlinnan markkinointi on helpompaa kohdentaa, kun tiedetään kuinka paljon matkailijoita vieraillee esimerkiksi pääkaupunkiseudulta ja tiedetään, mistä päin Suomea ei vielä toistaiseksi tule haluttua määrää vierailijoita.

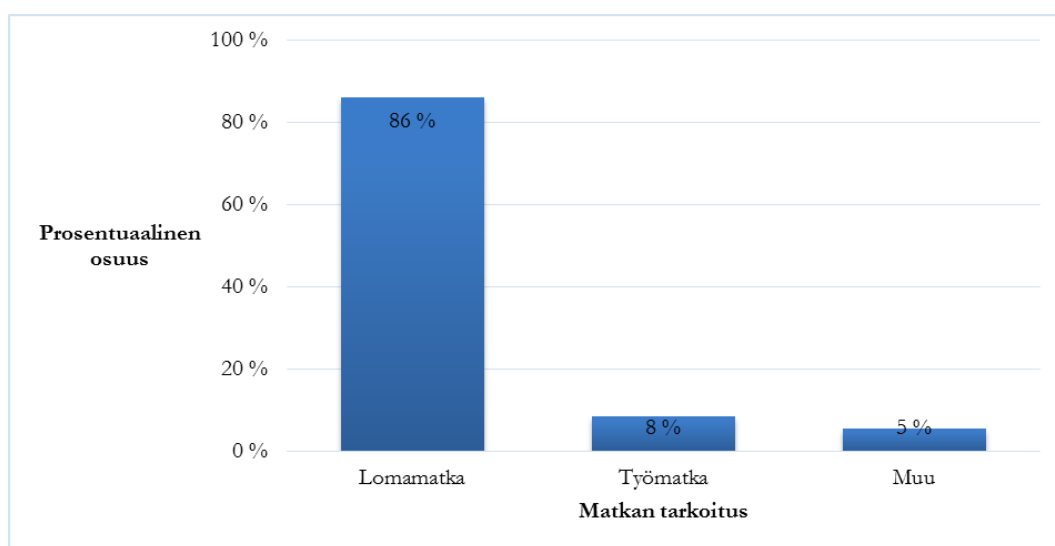


Kuvio 15. Kävijöiden (n = 238) kotipaikka

Kuvion 15. perusteella suurin osa (70 %) kävijöistä oli kotoisin pääkaupunkiseudulta, eli joko Helsingistä, Vantaalta, Espoosta tai Kauniiaisista. Kävijöistä 16 % oli kotoisin muulta paikkakunnalta ja 14 % muualta Etelä-Suomesta. Tulosten perusteella Suomenlinnassa vierailee matkailijoita eniten lähialueilta eli pääkaupunkiseudulta, kun taas muu Suomi muodostaa yhteensä noin kolmasosan (30 %) matkailijoista. Pääkaupunkiseudulta tulevien matkailijoiden suurta osuutta selittävät päiväkävijät, työmatkalaiset ja Suomenlinnan tapahtumien houkuttelemat tulleet lomalaiset. Matkan tarkoitusta kysyttiin vain suomalaisilta matkailijoilta, joten vastaajien määrä tähän kysymykseen on 238 eli noin neljäsosa kaikista kävijöistä yhteensä. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 4,4 \% \dots \pm 5,8 \%$ -yksikköä.

5.4 Kävijöiden matkan tarkoitus

Kyselylomakkeen viimeiseksi kysymykseksi valittiin matkan tarkoitus, jolla selvitettiin matkailijoiden perimmäinen syy vierailla Suomenlinnassa. Vastausvaihtoehtoja olivat lomamatka, työmatka ja muu. Lomamatkan määriteltiin olevan vapaa-ajalla matkustamista. Työmatkaksi luettiin työasioissa tai jonkin työhön liittyvän syyn vuoksi matkustaminen. Muu syy oli esimerkiksi opintomatka, joka ei ollut pakollinen mutta ei lukeutunut vapaa-aikaan.



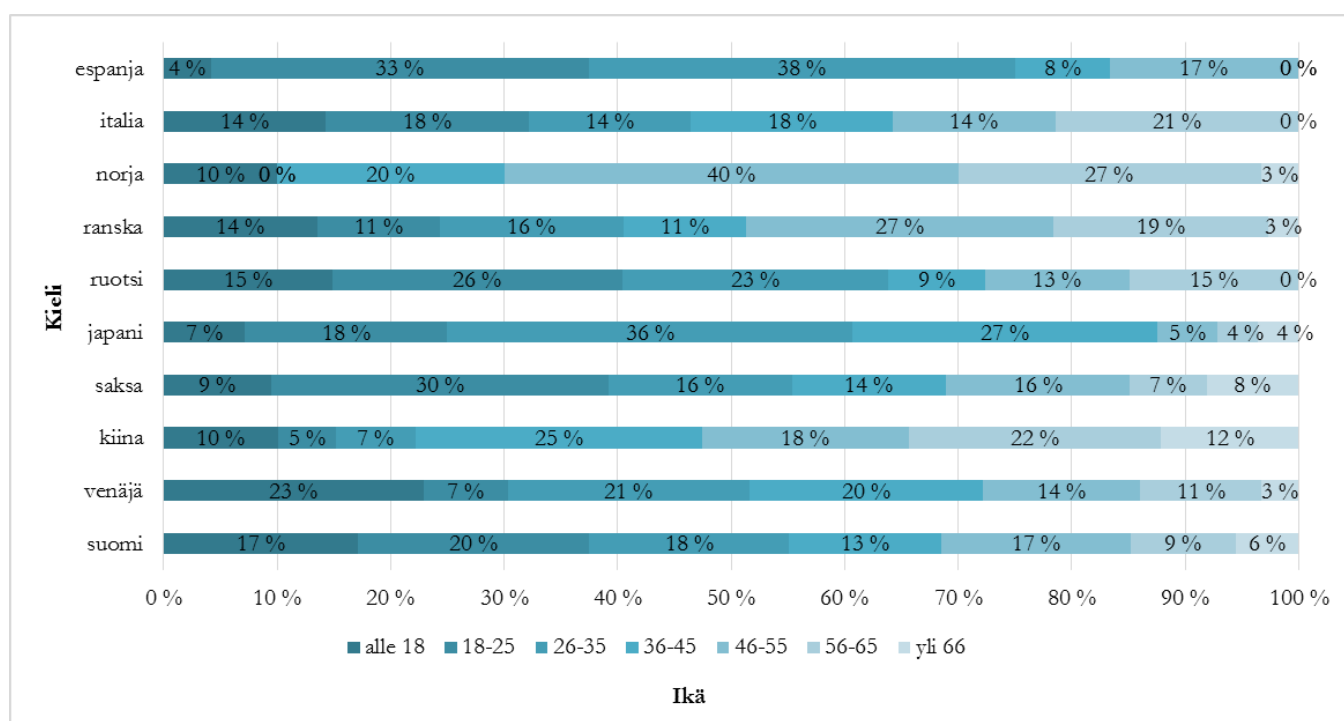
Kuvio 16. Kävijöiden (n = 848) matkan tarkoitus

Kuviosta 16. näkee kävijöiden matkan tarkoituksen prosentteina. Ylivoimaisesti suosituin on ollut lomamatka Suomenlinnaan, jonka teki jopa 86 % kaikista kävijöistä. Työmatkalaisia oli alle kymmenesosa (8 %) kävijöistä ja muun syyn takia kohteeseen tuli vain 5 % kävijöistä. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 1,5 \%$... $\pm 2,3 \%$ -yksikköä.

5.5 Tulosten ristiintaulukointi

Ristiintaulukoinnissa tarkastellaan kahta tutkimuksen kysymystä samanaikaisesti ja niiden arvoja verrataan ristikkäin. Esittämismuoto on prosentuaalinen kuvio. Tämän tutkimuksen tulosten ristiintaulukoinnit tehtiin Excelissä Pivot-taulukon avulla, kun tutkimusvastaukset oli siirretty Exceliin Webropol 2.0 -sovelluksesta, jota käytettiin lähin-

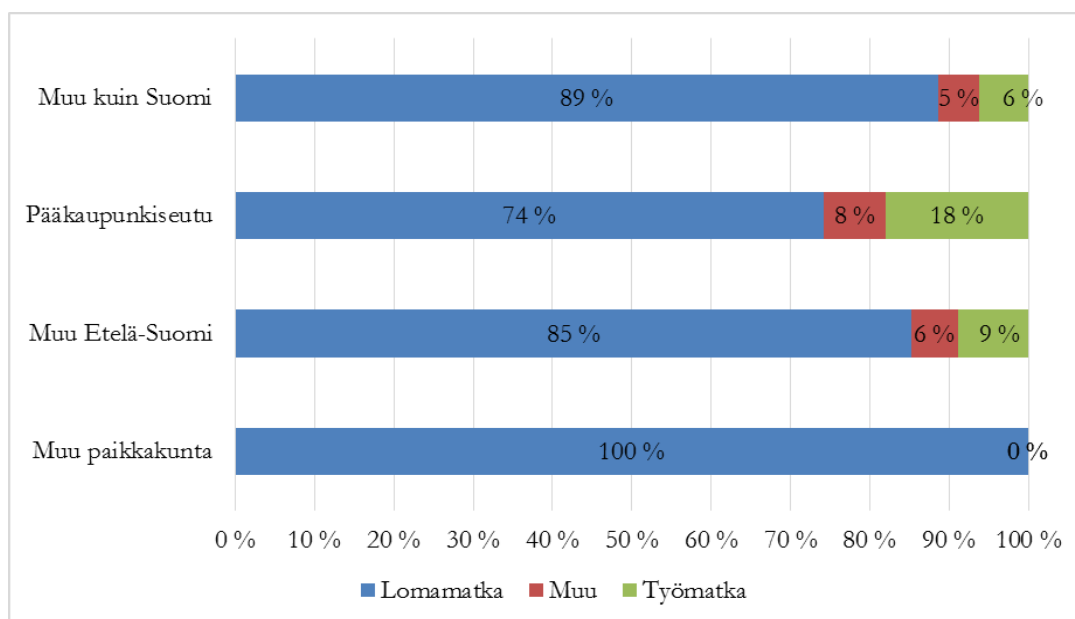
nä vastausten keruuta varten. Ristiintaulukoivat kysymykset valittiin yhdessä työn toimeksiantajan, Suomenlinnan hoitokunnan, kanssa, jotta tulosten avulla saataisiin mahdollisimman hyödyllistä ja tarpeellista tietoa. Ensimmäisessä kuviossa (kuvio 17.) on verrattu kävijöiden ikää ja äidinkieltä, koska haluttiin selvittää millainen on kävijöiden ikäjakauma kymmenellä puhutuimmalla kielellä. Toisessa kuviossa (kuvio 18.) on ristiintaulukoitu kävijöiden asuinpaikka ja matkan tarkoitus, koska haluttiin vertailla ulkomaalaisten ja suomalaisten matkailijoiden syytä matkustaa Suomenlinnaan. Kolmannessa ristiintaulukoinnissa (kuvio 19, liite 1.) on verrattu vastaajien kotimaan ja sukupuolen välistä yhteyttä, koska haluttiin selvittää matkustaako Suomenlinnaan joistakin maista erityisen paljon vain toisen sukupuolen edustajia.



Kuvio 17. Äidinkieli ja ikä

Kuviossa 17. on ristiintaulukoitu kymmenen yleisintä kävijöiden äidinkieltä ja iät, jotka olivat jo tutkimuslomakkeessa ryhmitelty seitsemään eri kategoriaan. Kuviosta selviää väriskaalan mukaisesti tummasta vaaleaan, minkä ikäisiä kymmenen yleisimmän äidinkielen puhujat olivat. Tummin väri merkitsee alle 18-vuotiaiden osuutta kyseisen kielen puhujista ja kaikkein vaalein väri näyttää toisen ääripään, yli 66-vuotiaiden osuuden puhujista. Erityisesti suomea, ruotsia ja italiaa äidinkielenään puhuvia on ollut kaikista ikäryhmistä tasaisesti. Venäjää, suomea ja ruotsia äidinkielenään puhui kävijöistä runsaasti

alle 18-vuotiaat ja aikuiset (36–55-vuotiaat). Alle 18-vuotiaiden lasten yleisimmät kielet kävijöiden keskuudessa olivat venäjä (23 %), suomi (17 %) ja ruotsi (15 %), kun taas espanjan- (4 %), japanin- (7 %) tai saksankielisiä (9 %) lapsia oli vähiten kymmenen yleisimmän kielen joukossa. Nuoret, 18–25-vuotiaat, matkailijat puhuivat äidinkielenään erityisesti espanjaa (33 %), saksaa (30 %) ja ruotsia (26 %). Kävijöiden toista ääripäätä edustavia yli 66-vuotiaita olivat kiinan (12 %), saksan (8 %) ja suomen (6 %) puhujat. Keski-ikäiset (46–55-vuotiaat) Suomenlinnan kävijät puhuivat yleisimmin norjaa (40 %), ranskaa (27 %) tai japania (27 %).



Kuvio 18. Asuinpaikka ja matkan tarkoitus (n = 850)

Kuviossa 18. on ristiintaulukoitu kävijöiden (n = 850) asuinpaikka ja matkan tarkoitus. Kuviosta huomataan, että lomamatka on ollut ylivoimaisesti yleisin syy matkustaa Suomenlinnaan sekä suomalaisille että ulkomaalaisille. Huomattavan suurelle osalle (89 %) muualta kuin Suomesta tuleville oli lomamatka syy matkustaa Suomenlinnaan. Ulkomaalaisista vain 6 % matkusti Suomenlinnaan työasioissa ja 5 % muun syyn takia. Pääkaupunkiseudulla asuvista 74 % matkusti lomamatkalle ja alle kymmenesosa (8 %) muun syyn takia. Pääkaupunkiseutulaisista lähes neljäsosa (18 %) oli työmatkalla. Muualta Etelä-Suomesta tulleiden matkailijoiden yleisin matkan tarkoitus oli lomamatka, sillä jopa 85 % vastaajista vieraili siellä vapaa-ajallaan. Lähes kymmenesosa (9 %) muualta Etelä-Suomesta tulleista oli työmatkalla ja vain 6 % vieraili kohteessa jonkin muun syyn takia. Muulta paikkakunnalta tulleista kaikki (100 %) kävijöistä oli Suomenlinnassa

lomamatkalla. Virhemarginaalit olivat välillä $\pm 1,5\ % \dots 2,1\ %$ -yksikköä, josta jätettiin pois muulta paikkakunnalta tulleiden vastausten prosenttiarvot sen ollessa 100 %.

Johtopäätöksenä suurin osa matkailijoista tulee Suomenlinnaan lomamatkalle, erityisesti muulta paikkakunnalta tulevat ja ulkomaalaiset viettävät kohteessa vapaa-aikaa. Pääkaupunkiseudulla asuvien työmatkalaisten suurta osuutta (18 %) selittää työntekijöiden asuminen lähellä työpaikkaa, tutkimusvastausten keräysajat myös työmatkalaisia suosien ja erilaisten kokousten-, konferenssien ja tapahtumien järjestäminen Suomenlinnassa. Yllättäen kaikki muulta paikkakunnalta tulleet olivat lomamatkalla, mitä selittää tutkimusvastausten keräyksen painotus loma-aikaan kesä-elokuulle, jolloin monet ulkopaikkakuntalaiset matkustavat lomalle Helsinkiin. Työmatkalaisten pientä osuutta kävijöistä selittää tutkimusvastausten keräys ruuhkahuippuna sekä arkena että viikonloppuna, jolloin Suomenlinnassa vieraili paljon matkailijoita. Muun syyn ilmoitti vierailun tarkoituksiksi keskimäärin 6 % kävijöistä, lukuun ottamatta muulta paikkakunnalta tulleita, mikä saattaa johtua kysymyksen väärinymmärryksestä tai kävijän epäröinnistä oikean vastauksen suhteen.

Kuviossa 19. (liite 1.) on ristiintaulukoitu sukupuoli ja kotimaa (n=850)

Kuviossa 19. (liite 1.) on ristiintaulukoitu kävijöiden (n = 850) sukupuoli ja kotimaa. Tutkimuksessa pyrittiin saamaan vastauksia yhtä paljon sekä miehiltä että naisilta, mutta kävijöissä oli naisia hieman miehiä enemmän, sillä miehiä oli alle puolet (43 %) ja naisia oli yli puolet (57 %) kävijöistä. Kuviosta selviää, että joidenkin maiden kohdalla on ollut pelkästään toisen sukupuolen edustajia kävijöinä. Ainoastaan naiskävijöitä (100 %) on ollut Thaimaasta ja Chilestä. Pelkkiä mieskävijöistä (100 %) on ollut Afganistanista, Brasiliasta, Guatemalasta, Irakista, Iranista, Nepalista, Pakistanista, Slovakiasta, Sri Lankasta, Taiwanista ja Tanzaniasta. Selkeä enemmistö (yli 65 %) naiskävijöitä on ollut Alankomaista (86 %), Kosovosta (67 %), Norjasta (71 %), Portugalista (67 %), Ukrainasta (67 %) ja USA:sta (67 %). Enemmistö (yli 65 %) mieskävijöistä on ollut Intiasta (67 %), Liettuasta (67 %) ja Sveitsistä (75 %). Tutkimuksen tavoiteltu otoksen jako oli yhtä paljon (50 %) sekä mies- että naiskävijöitä, yhtä paljon naisia ja miehiä on ollut Australiasta, Etelä-Koreasta, Iso-Britanniasta, Israelista, Itävallasta ja Valko-Venäjältä.

Johtopäätöksenä joko naiset ovat olleet halukkaampia vastaamaan kyselyyn tai naismatkustajia vierailee Suomenlinnassa hieman miehiä enemmän. Naisvastaajien suurempi osuus heikentää hieman tutkimuksen luotettavuutta ja saattaa vääristää tulosta. Tulosten perusteella joistakin maista tulee selkeästi enemmän toisen sukupuolen edustajia vierailemaan kohteeseen. Toisen sukupuolen selvää enemmistöä joidenkin maiden kohdalla voisi selvittää tarkemmin, jotta tiedettäisiin syyt tilastolliselle vääristymälle. Tulevissa jatkotutkimuksissa tulisi pyrkiä saamaan mahdollisimman tasaisesti vastaajia sekä naisista että miehistä, jotta otos olisi mahdollisimman edustava ja tulos olisi paremmin yleistettävissä.

6 Tutkimuksen johtopäätökset

Edellisessä luvussa esiteltiin kyselyistä saadut tutkimustulokset, joiden perusteella laadittuja johtopäätöksiä analysoidaan tässä luvussa. Tuloksinna integroidaan kaikki tiedonkeruumenetelmillä saadut aineistot ja pyritään yleistykseen. Johtopäätösten teossa hyödynnettiin tutkimustulosten lisäksi omaa systemaattista havainnointia, joka tukee tulosten perusteella tehtyjä päätelmiä. Tutkimuksen tuloksia analysoitiin Excelissä tehtyjen kuvioiden ja ristiintaulukoinnin avulla. Tutkimuksen ja tulosten validiteettia ja reliabiliteettia arvioitiin tarkasti tieteellisten lähteiden perusteella. Tutkimusprosessin aikana syntyneet kehitysideat mainitaan esimerkein ja perusteltuja jatkotutkimusehdotuksia on esitetty tulevia tutkimuksia varten.

6.1 Tulosten tulkinta ja johtopäätökset

Tutkimustuloksista selviää, että suomalaiset matkailijat ovat ylivoimaisesti suurin Suomenlinnan matkailijaryhmä, sillä suomalaisia oli yhteensä 238 kävijää lähes kolmannes (28 %) kaikista kävijöistä. Tutkimustuloksista voi päätellä erityisesti suomalaisia perheitä vierailevan kohteessa paljon, sillä sekä suomalaisten lasten ja aikuisten osuus oli määrällisesti hyvin suuri. Kuvion 17. ristiintaulukoinnista selviää, että kaikista suomalaisista matkailijoista lapsia eli alle 18-vuotiaita oli lähes neljäsosa (17 %) ja yli puolet suomalaisista kävijöistä (55 %) kuului alle 18-vuotiaiden, 18–25-vuotiaiden ja 26–35-vuotiaiden joukkoon. Useimmiten lapsiperheiden vanhemmat kuuluvat kyseisiin ikäryhmiin. Koulujen loma-aikaan, myös talvella hiljaisen sesongin aikaan, suomalaisilla vanhemmilla on haasteena keksiä lapsille jotain uutta ja innostavaa. Suomenlinna voisi löytää sopivan markkinaraon koululaisten lomista, jolloin kohteeseen saataisiin varmasti houkutelua myös kauempaa tulevia perheitä. Tulosten perusteella vain 14 % (kuvio 15.) suomalaisista kävijöistä oli muualta Etelä-Suomesta ja 16 % muulta paikkakunnalta, joten olisi erittäin tärkeää saada muualta kuin pääkaupunkiseudulta tulevien matkailijoiden määrää kasvatettua. Lisäksi suomalaisia työmatkalaisia oli suhteellisen paljon vastaajien joukossa. Pääkaupunkiseudulla asuvista lähes neljännes (18 %) (kuvio 18.) ja muualla Etelä-Suomessa asuvista lähes joka kymmenes (9 %) oli Suomenlinnassa työmatkalla. Yllättäen muulta paikkakunnalta tulleet kävijät olivat kaikki lomamatkalla.

Tulosten perusteella venäläiset ovat suomalaisten jälkeen Suomenlinnan toiseksi suurin matkailijaryhmä ja ulkomaalaisista matkailijaryhmistä kaikkein suurin. Tuloksista selviää, että lähes kymmenesosa (14 %, kuvio 11.) kävijöistä oli kotoisin Venäjältä ja äidinkielekseen venäjän ilmoitti 14 % (kuvio 13.) kävijöistä. Venäläisten matkailijoiden kohdalla on huomioitava suuri lasten osuus, sillä jopa 23 % venäläisistä kävijöistä oli alle 18-vuotiaita eli venäläisten suurin ikäryhmä oli alle 18-vuotiaat. 26–35-vuotiaiden ja 36–45-vuotiaiden ryhmään kuuluvien kävijöiden määrä oli yhteensä 41 % kaikkien venäläiskävijöiden määrästä. Johtopäätöksenä Suomenlinnassa käy hyvin paljon venäläisiä lapsiperheitä, joiden tarpeet ja toiveet tulisi huomioida mahdollisimman perusteellisesti. Erityisesti venäjänkielisiä palveluita ja tuotteita tulisi lisätä, koska lapset harvoin puhuvat muuta kuin äidinkieltään sujuvasti. Lapsille ja lapsiperheille kohdennettuja venäjänkielisiä palveluita tulisi markkinoida erityisesti internetissä venäjäksi, koska erityisesti venäläisille internet on usein ensisijainen tietolähde ulkomaille matkustettaessa. Suomenlinnan tärkeimmälle ulkomaalaiselle asiakasryhmälle kannattaisi luoda lisäarvoa tuotteisiin ja palveluihin, koska se on tärkein asiakasuskollisuuden lähde. Yleisesti tiedetään venäläisten arvostavan ylellisyshyödykkeitä, joten erityisesti venäläisille kohdennettuihin tuotteisiin ja palveluihin kannattaisi lisätä ylellisiä, lisäarvoa tuovia, ominaisuuksia. Selkeällä strategialla voidaan saada lisäarvoa, mutta pienemmilläkin toimenpiteillä on suuri vaikutus. Esimerkiksi helpottamalla Suomenlinnaan matkustamista, lisäämällä tietoisuutta kohteen mahdollisuuksista ja läpinäkyvällä hinnoittelulla voitaisiin luoda asiakkaille lisäarvoa, joka houkuttelisi matkustamaan Suomenlinnaan.

Tutkimustuloksista selviää kiinalaisten olevan kolmanneksi suurin matkailijaryhmä Suomenlinnassa, sillä kiinalaisia oli yli kymmenesosa (11 %, kuvio 11.) kaikista kävijöistä ja äidinkielenään puhui kiinaa myös yli kymmenesosa (12 %, kuvio 13.) kävijöistä. Yleisesti tiedetään kiinalaisten matkustavan mieluiten isoissa, jopa yli parinkymmenen hengen, ryhmissä, joissa on yleensä mukana kiinan kielen taitoinen opas. Yleistämistä tukee opinnäytetyön tekijöiden oma, systemaattinen havainnointi, jonka mukaan Suomenlinnassa kesän aikana vuonna 2013 vierailleet kiinalaiset matkailijat liikkuvat useimmiten isoissa ryhmissä, jotka yhdessä kiertelivät kohdetta oppaan johdolla. Kiinalaisten matkailijoiden määrän lisäämiseksi kiinankielisten palveluiden ja tuotteiden määrää tulisi entisestään parantaa, sillä omalla äidinkielellä saatavaa palvelua arvostetaan yleisesti kaikkein eniten. Kiinalaisten matkailijoiden motiiveja ja toiveita Suomenlinnaa

kohtaan voisi tutkia tarkemmin, jotta tiedettäisiin mitä pitäisi tehdä kyseisen kohde-ryhmän kiinnostuksen lisäämiseksi.

Tutkimustulosten perusteella Suomenlinnassa käy runsaasti eurooppalaisia nuoria, erityisesti Saksasta. Äidinkielen ja iän ristiintaulukoinnista (kuvio 17.) huomataan esimerkiksi saksalaisten matkailijoiden ryhmästä olleen yli puolet (55 %) alle 18–35-vuotiaita. Alle 18-vuotiaita oli 9 %, 18–25-vuotiaita oli lähes kolmasosa (30 %) ja 26–35-vuotiaita oli 16 % kaikkien saksalaisten matkailijoiden määrästä. Nuorten matkailijoiden määrää lisäämällä saataisiin monipuolistettua Suomenlinnan kävijäkuntaan entisestään. Nuoret matkailijat ovat trendien edelläkävijöitä ja niiden luoja, joten heidän käyttäytymistään kannattaa seurata tarkkaan vähintään vuosittain. Yksi suosituimmista vallitsevista megatrendeistä tällä hetkellä erityisesti nuorten matkailussa on reilu matkailu, jossa pyritään suojelemaan ihmisiä, eläimiä ja luontoa, kunnioittamaan ja suosimaan paikallista kulttuuria sekä käyttämään vastuuntuntoisia matkailupalveluita tuottavia yrityksiä. Suomenlinnan hoitokunnalla (2013k) on ympäristösuunnitelma ja virasto on sitoutunut vähentämään energiankulutusta ja jätettä, lisäämään henkilöstön ympäristötietoutta ja tehostamaan jätteidenlajittelua kaikissa yksiköissä. Lisäksi virasto on mukana Maailman luonnonsäätiö WWF:n Green Office ympäristöohjelmassa. Ympäristövastuullisuus tulisi huomioida entistä laajemmin esimerkiksi kohteen internetsivuilla, jotka ovat monille pääasiallinen informaation lähde. Korostamalla markkinoinnissa Suomenlinnan ympäristöystävällisyyttä voitaisiin houkutella yhä enemmän trendi- ja ympäristötietoisia nuoria matkailijoita vierailemaan linnakkeessa.

Tiivistettynä neljän suurimman matkailijaryhmän haluja ja toiveita Suomenlinnaa kohtaan voisi tutkia tarkemmin, jotta saataisiin enemmän kävijöitä kohteeseen ja palvelut ja tuotteet vastaisivat tarkemmin kohderyhmien toiveita. Suomalaisten, venäläisten, kiinalaisten ja saksalaisten matkailijoiden mielipiteitä ja tottumuksia tutkimalla saataisiin arvokasta tietoa kohteen kehittämistä varten. Nuorten tavoittamiseksi markkinointitoimenpiteet erityisesti sosiaalisessa mediassa ovat elintärkeitä ja trendien seuraaminen on välttämätöntä. Suomenlinna on vakiinnuttanut asemansa Helsingin yhtenä suosituimmista matkailukohteista, mutta aseman säilyttämiseksi kohteen autenttisuudesta, ainutlaatuisuudesta ja historiasta tulee huolehtia ja markkinoinnin tulee olla onnistunutta sekä oikein kohdennettua myös tulevaisuudessa.

6.2 Suomenlinnan peruskävijät

Tutkimuksen hypoteesissa arvioitiin suomalaisten matkailijoiden olevan edelleen Suomenlinnan suurin matkailijaryhmä, jota saadut tulokset tukivat täysin. Hypoteesissa arvioitiin venäläisten olevan määrällisesti suurin ulkomaalainen matkailijaryhmä, jotka vierailisivat Suomenlinnassa kesäsesongin aikana vuonna 2013. Tulosten perusteella venäläiset ovat Suomenlinnan toiseksi merkittävin matkailijaryhmä heti suomalaisten jälkeen, joten tulos oli hypoteesin mukainen. Hypoteesissa arvioitiin ruotsalaisten olevan toisella ja brittien kolmannella sijalla, mutta tulokset eivät mukailleet tehtyä arviota. Tutkimustuloksista selviää kiinalaisia matkailijoita olleen toiseksi eniten kaikista ulkomaalaisista matkailijoista, yli kymmenesosa (11 %), ja kiina oli kolmanneksi yleisin äidinkieli suomen ja venäjän jälkeen, jota puhui yli kymmenesosa (12 %) vastaajista. Saksalaisia oli vastaajista lähes kymmenesosa (8 %) ja saksalaisia oli kolmanneksi eniten ulkomaalaisista matkailijoista. Äidinkielekseen saksan ilmoitti hieman alle kymmenesosa (9 %) vastaajista, se oli neljänneksi yleisin äidinkieli vastaajien keskuudessa. Hypoteesissa oletettiin japanilaisten ja kiinalaisten matkailijoiden osuuden olevan merkittävä ja kasvava. Tulosten perusteella kiinalaisten matkailijoiden osuus on hypoteesin mukaisesti suuri ja oletettavasti kasvava. Japanilaisia matkailijoita oli ulkomaalaisista vastaajista neljänneksi eniten ja yhteensä 6 % kaikista vastaajista, joten hypoteesin voidaan sanoa toteutuneen jossain määrin japanilaisten matkailijoiden kohdalla. Kaiken kaikkiaan tulokset olivat lähes hypoteesin mukaisia, etenkin kärkisijat olivat hyvin ennakoitavissa.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Suomenlinnan peruskävijät, joka muodostettiin analysoimalla tuloksista selvinnyttä matkailijaryhmää. Matkailijaprofilin selkeyttämiseksi tehtiin neljä erilaista fiktiivistä asiakasprofilia, jotka on esitetty alla olevissa taulukoissa 2., 3., 4. ja 5. Kyseiset profiilit auttavat markkinoinnin suunnittelussa, palvelumuotoilussa ja tuotteiden kohdentamisessa. Segmentointi suoritettiin jakamalla kävijät eri ryhmiin kysytyjen demografisten tekijöiden perusteella, jotka ovat selkeästi mitattavissa. Profiilit muodostettiin valitsemalla jokaiseen kysymykseen eniten vastauksia kerännyt vastausvaihtoehto tai avoimissa kysymyksissä useimmin esiintynyt vastaus, jonka määriteltiin kuvaavan suurinta matkailijaryhmää eli Suomenlinnan keskivertovierailijaa. Profiilit perustuvat keskiarvoihin eli mediaaneihin. Omiin systemaattisiin havaintoihin

perustuvat johtopäätökset tukivat tieteellisillä käytännöillä saatuja tuloksia. Kootusta yhteenvedosta on helppo hahmottaa tärkeimmät Suomenlinnan peruskävijät.

6.2.1 Suomalainen työmatkustaja

Suomalaiset ovat ylivoimaisesti suurin Suomenlinnan matkailijaryhmä, sillä kävijöistä jopa lähes kolmannes (28 %, kuvio 11.) oli suomalaisia ja jopa viidennes (26 %, kuvio 13.) puhui suomea äidinkielenään. Ristiintaulukoinnissa kuviossa 17. selvitettiin, kuinka moni suomalainen ja ulkomaalainen matkailija oli työ- tai lomamatkalla tai muun syyn takia Suomenlinnassa. Ristiintaulukoinnista selvisi, että suurin osa työmatkailijoista oli suomalaisia. Pääkaupunkilaisista kävijöistä lähes joka neljäs (18 %) oli työmatkalla ja muualta Etelä-Suomesta tulleista lähes joka kymmenes (9 %) oli työmatkalla. Sen sijaan vastaajista yksikään muu paikkakuntalainen ei ollut työmatkalla. Tulosten perusteella pääteltiin, että suomalainen työmatkustaja on Suomenlinnan yksi suurimmista kävijäryhmistä. Analysoinnin perusteella tehtiin fiktiivinen asiakasprofiili suomalaisesta nuoresta naisesta, joka on työmatkalla Suomenlinnassa.

Taulukko 3. Fiktiivinen suomalaisen työmatkustajan profiili

| Taustatiedot | |
|----------------------------|---------------|
| Kansalaisuus ja äidinkieli | Suomi |
| Kotipaikka | Espoo |
| Nimi | Sari Korhonen |
| Sukupuoli | Nainen |
| Ikä | 23 |
| Matkan tarkoitus | Työmatka |

Taulukon 3. fiktiivinen suomalaisen työmatkustajan profiili on muodostettu tutkimuksessa saatujen tulosten perusteella. Suurin osa, jopa 70 % (kuvio 15.), suomalaisista vastaajista oli pääkaupunkiseudulta ja ristiintaulukoinnissa kuviossa 17. selvisi, että pääkaupunkilaiset olivat muihin ryhmiin verrattuna useimmiten työmatkalla Suomenlinnassa. Naisia oli suomalaisissa vastaajissa (kuvio 19.) enemmän kuin miehiä, joten fiktiiv-

sen henkilön sukupuoli on nainen. Suomalaisissa aikuisvastaajissa on eniten 18–25-vuotiaita vastaajia (kuvio 17.), joten fiktiivisen henkilön ikä on muodostettu kyseisen ikäjakauman keskiarvosta, 23 vuotta. Tiivistettynä fiktiivinen suomalaisen työmatkustajan profiili on 23-vuotias naishenkilö, joka on työmatkalla Suomenlinnassa ja asuu pääkaupunkiseudulla.

Työmatkalaisten määrää saataisiin lisättyä rakentamalla monipuolisempia ja isompia kokous- ja kongressitiloja Suomenlinnaan, lisäksi kohteen läheisyyttä Helsinkiin tulisi korostaa markkinoinnissa. Pienet ja suuret yritykset etsivät jatkuvasti uusia ja mielenkiintoisia, mutta samalla helposti saavutettavissa olevia, kokoustiloja, pitääkseen sekä työntekijät että sidosryhmät tyytyväisenä. Työnantajat järjestävät usein koko henkilökunnalle suunnattua virkistys- ja harrastustoimintaa ja TYKY eli työkykyä ylläpitävää toimintaa, jonka avulla edistetään työntekijöiden työhyvinvointia ja terveyttä. Suomenlinna voisi lisätä hiljaisen kauden kävijämääriä ja rahallista tuottoa kehittämällä erityisiä virkistyspaketteja, joka voisi sisältää esimerkiksi räätälöityjä ohjelmia, opastuksia linnakkeessa ja luontoretkeä ainutlaatuisessa ympäristössä. Incentive- eli kannustematkailu lisääntyy jatkuvasti ja se on vallitseva yritysten matkailun trendi, sillä se on erinomainen tapa yritykselle palkita työntekijöitään hyvästä työstä. Kannustematkailun ideana on tarjota työntekijöille ainutkertainen elämys, jolla halutaan motivoida ja palkita ahkerasta työnteosta. Yritykset panostavat kannustematkailuun huomattavia summia, joten Suomenlinnaan kannattaisi suunnitella ainutkertaisia ja houkuttelevia matkaohjelmia ja -palveluita, joista yritykset kiinnostuisivat. Suomenlinnassa yhdistyy rikas historia, urbaani kaupunkielämä ja kaunis luonto, joiden avulla kohdetta tulisi markkinoida valituille kohderyhmille, etenkin yrityksille ja työmatkalaisille.

6.2.2 Venäläinen lapsiperhe

Tutkimuksen tuloksista (kuvio 15.) selviää, että suurin osa (23 %) koko venäläisten matkailijoiden osuudesta koostui alle 18-vuotiaista. Venäläisten seuraavaksi suurin ryhmä oli 26–35-vuotiaat (21 %) ja kolmanneksi suurin oli 36–45-vuotiaiden ryhmä, joita oli neljäsosa (20 %) venäläisten matkailijoiden määrästä. Tulosten perusteella venäläinen lapsiperhe on toiseksi yleisin kävijä Suomenlinnassa suomalaisten matkailijoiden jälkeen. Tätä johtopäätöstä tukee myös tämän työn tekijöiden oma, systemaattinen

havainnointi tutkimusta tehdessä, erityisesti kyselylomakkeita kerätessä, Suomenlinnan matkailijoiden parissa. Oman havainnoinnin perusteella venäläisiä lapsiperheitä kävi Suomenlinnassa runsaasti kesäkauden aikana, perheeseen kuului keskimäärin kaksi lasta ja kaksi aikuista. Fiktiivisessä ensimmäisessä asiakasprofiilissa venäläinen lapsiperhe Smirnov koostuu suunnilleen neljäkymmentävuotiaista vanhemmista ja kahdesta kouluikäisestä lapsesta. Perheen äidinkieli on venäjä ja he ovat Suomenlinnassa lomamatkalla.

Taulukko 4. Fiktiivinen venäläisen perheen profiili

| Taustatiedot | |
|----------------------------|---|
| Kansalaisuus ja äidinkieli | Venäjä |
| Nimi | Perhe Smirnov |
| Perheenjäsenten iät | Isä 35, äiti 33, tyttölapsi 9 ja poikalapsi 2 |
| Matkan tarkoitus | Lomamatka |

Taulukossa 4. on esimerkki tulosten perusteella muodostetusta keskiarvoisesta venäläisestä lapsiperheestä, joka voisi käydä Suomenlinnassa lomamatkalla. Tulosten perusteella venäläiset olivat Suomenlinnan toiseksi suurin matkailijaryhmä, sillä jopa 14 % (kuvio 11.) vastaajista oli venäläisiä ja venäjää puhui äidinkielenään myös 14 % kaikista vastaajista. Suurin osa (21 %, kuvio 17.) aikuisista venäläisistä oli 26–35-vuotiaita, joten perheen äidin ja isän määriteltiin lukeutuvan kyseiseen ikäkattegoriaan. Alle 18-vuotiaiden ikää ei kysytty tarkemmin, joten tulosten perusteella ei voi laskea lasten keskimääräistä ikää. Oman, systemaattisen havainnoinnin perusteella Suomenlinnassa vierailee runsaasti venäläisiä lapsiperheitä, joista monella on vauva mukana lastenrattaissa. Tämän vuoksi fiktiiviselle venäläiselle perheelle keksittiin kaksi lasta, joista toinen on vasta 2-vuotias poika ja toinen 9-vuotias eli kouluikäinen tyttö. Suurin osa ulkomaalaisista (89 %, kuvio 18.) oli Suomenlinnassa lomamatkalla, joten fiktiivinen mediaani venäläisperhe on myös lomamatkalla kohteessa.

Toimittaja Lehmusruusun (2013) mukaan Itä-Suomessa mökkeilyä suosivat venäläiset matkustavat paljon myös Helsinkiin lomailemaan. Venäläisille on hyvin tyypillistä lapsikeskeisyys ja lapset pystyvät vaikuttamaan paljon koko perheen lomasuunnitelmiin, siihen minne perhe ylipäänsä matkustaa ja mitä he kohteessa tekevät. Erityisesti Itä-Suomen puhdas ilma ja luonto vetävät venäläismatkailijoita puoleensa. Suomenlinnan markkinointistrategiassa kannattaisi painottaa alueen puhtautta, ainutlaatuisuutta ja luonnollisuutta etenkin markkinoitaessa kohdetta venäläisille.

Venäläisten matkailijoiden vallitseva trendi on perhematkailu. Lasten ja nuorten suuri osuus venäläisistä matkailijoista tulisi huomioda markkinoinnissa ja tapahtumien järjestämisessä, sillä lapsia ja nuoria houkuttelemalla saataisiin myös aikuisia venäläismatkailijoita vierailemaan Suomenlinnassa entistä enemmän ja useammin. Uutisessa mainitun venäläisten lapsikeskeisyyden vuoksi on erittäin tärkeää järjestää Suomenlinnassa koko perheen tapahtumia, etenkin hiljaisen sesongin kävijäpiikkien aikaan uutena vuotena ja jouluna, jotta venäläiset perheet matkustaisivat Suomenlinnaan jopa koko päiväksi. Kesällä voisi markkinoinnissa korostaa saaren luontoa, jossa perheet voivat nauttia lapsiystävällisistä kulkureiteistä, tapahtumista, käyntikohteista ja ympäristöstä. Lapset haluavat yleisesti itse tehdä ja kokeilla, joten esimerkiksi perinteiset näyttelyt voivat tuntua lapsilta tylsiltä, eivätkä ne sen vuoksi houkuttele venäläisiä lapsiperheitä. Pienellä suunnitellulla perinteisestäkin näyttelystä saadaan lapsia kiinnostava kokonaisuus mahdollisuudella tehdä itse ja värien avulla voi piristää kokonaisvaikutelmaa. Erityisesti lapsiperheille kohdennetulla markkinoinnilla Suomenlinna voisi profiloitua myös venäläisille aiempaa kokonaisvaltaisemmin koko perheen kohteeksi, jossa riittää hauskaa tekemistä, kokemista ja näkemistä historiallisesti mielenkiintoisissa puitteissa.

6.2.3 Kiinalaisten matkailijoiden ryhmä

Merkittävä kävijäryhmä Suomenlinnassa on tulosten analysoinnin perusteella yli 36-vuotiaat kiinalaiset matkailijat, jotka kulkevat usein ryhmissä. Äidinkielen ja iän ristiintaulukoinnista (kuvio 17.) nähdään, että neljäsosa (25 %) kiinalaisista matkailijoista oli 36–45-vuotiaita, yli neljännes (22 %) 56–65-vuotiaita ja alle neljännes 46–55-vuotiaita. Yli 66-vuotiaita oli yli kymmenesosa (12 %) kaikista kiinalaisista matkailijoista. Johtopäätöksenä erityisesti kiinalaiset aikuiset, keski-ikäiset ja iäkkäämmät henkilöt kuuluvat

kiinalaisten suurimpaan kävijäryhmään. Kiinalaisia oli yhteensä yli kolmannes (11 %) kaikista vastaajista ja kiinaa puhui äidinkielenään myös yli kolmannes (12 %) vastaajista. Johtopäätöksenä kiinalaiset ovat merkittävä Suomenlinnan matkailijaryhmä ja heidän määränsä tulee luultavasti kasvamaan tulevaisuudessa. Systemaattisen oman havainnoinnin perusteella kiinalaiset, lähinnä aikuisista koostuvat, ryhmät olivat lukumäärällisesti isoja, usein jopa parinkymmenen hengen ryhmiä.

Taulukko 5. Fiktiivinen kiinalaisen ryhmän profiili

| Taustatiedot | |
|----------------------------|-----------------------------|
| Kansalaisuus ja äidinkieli | Kiina |
| Ryhmän koko | 20 |
| Ikäjakauma | Suurin osa yli 36-vuotiaita |
| Sukupuolijakauma | 12 naista ja 8 miestä |
| Matkan tarkoitus | Lomamatka |

Ylläolevassa taulukossa 5. on esimerkki mediaanista kiinalaisesta matkailijaryhmästä, joka voisi vierailla Suomenlinnassa. Ryhmät olivat usein suuria, noin 15–20 hengen kokoisia ryhmiä, joissa oli yleensä enemmistö naisia. Kuten kuviosta 18. (liite 1.) huomataan, Suomenlinnaan matkustavista kiinalaisten matkailijoiden määrästä jopa yli puolet (60 %) on ollut naisia, joten myös tässä fiktiivisessä asiakasprofiilissa sukupuolijakauma on 60 % naisia ja 40 % miehiä. Tutkimuksen tulosten perusteella jopa yli kymmenesosa (11 %, kuvio 10) vastaajista puhui kiinaa, joten kiinalaisen ryhmän äidinkieli on todennäköisesti kiina. Ulkomaalaisista jopa 89 % (kuvio 17.) oli Suomenlinnassa lomamatkalla, joten johtopäätöksenä myös suurin osa kiinalaisista matkailijoista oli lomamatkalla.

Kiinalaiset matkailijat matkustavat mielellään ryhmissä, koska ryhmä tarjoaa mukavuutta ja viihtyisyyttä sekä luo turvallisuuden tunnetta matkustaessa. Ryhmän mukana kulkiessa ei tarvitse miettiä kielimuuria tai viisumin järjestämiseen liittyviä yksityiskohtia, sillä ryhmässä matkustaessa viisumien järjestäminen hoituu helposti ja opastus on

omalla äidinkielellä, jonka lisäksi matka-aikataulu tehdään järjestelmällisesti. Suunnitelmallisuudella saadaan matka onnistumaan mahdollisimman hyvin. Tutkimuksissa on huomattu, että varakkaat kiinalaiset ovat yleensä olleet tyytymättömiä tarjolla oleviin palveluihin. Kiinalainen matkailija haluaa perusteellisesti tehdyn tuotteen tai palvelun. Elämykselliset matkailuun liittyvät ratkaisut ovat olleet tämän kyseisen matkailijaryhmän kehitystoiveena. (Wonderful Copenhagen Research & Development, 5.) Kiinalaisessa kulttuurissa lahjojen antaminen on tärkeää ja siksi ostosten tekeminen on yksi olennainen osa kiinalaisten matkailijoiden matkaa. Myös kotimaassa myytävien ulkomaalaisten hyödykkeiden korkeat verot vaikuttavat haluun ostaa kansainvälisiä ylellisyystuotteita ulkomaan matkoilla. Yksittäisiä kiinalaisia matkailijoita voidaan houkutella kohteeseen vain kiinankielisillä palveluilla. (Wonderful Copenhagen Research & Development, 6.)

Kohderyhmän, tässä tapauksessa kiinalaisten, kulttuurin ymmärtäminen on ensiarvoisen tärkeää Suomenlinnan markkinointitoimenpiteitä suunnitellessa. Uusiin trendeihin reagoiminen ja vanhojen tunteminen on välttämätöntä markkinoinnissa, sillä esimerkiksi kiinalaisten matkailijoiden trendinä on ollut jo pitkään ryhmämatkailu, joka pitää huomioida palveluita ja tuotteita suunnitellessa. Kuten edellisessä kappaleessa todettiin, kiinalaiset matkailijat toivovat saavansa perusteellisesti suunnitellun tuotteen tai palvelun mieluiten omalla äidinkielellään. Suomenlinnan voisi markkinoida kiinalaisille entistä enemmän elämyksellisenä matkakohdeena, josta saa tarvittaessa kiinankielistä opastusta, palveluita ja tuotteita. Ostosmahdollisuuksien lisääminen voisi houkutella entistä enemmän matkailijoita. Kiinalaisten ryhmämatkailijoiden yleistä käytöstä, toiveita ja motiiveja tutkimalla saataisiin luotua paremmin heitä palvelevia tuotteita ja palveluita. Panostamisen ansiosta kiinalaisten matkailijoiden määrä Suomenlinnassa varmasti lisääntyisi tulevaisuudessa, sillä Kiina kuuluu edellä mainittuihin BRICS-maihin, joissa on runsaasti kasvupotentiaalia matkailua ajatellen. Helsingistä on lentämällä erinomaiset yhteydet Aasiaan ja Kiinaan, joten Suomenlinnan tunnettuutta lisäämällä saataisiin osa esimerkiksi Helsinki-Vantaan lentoaseman koneenvaihtajista vierailemaan Suomenlinnassa. Kyseisten transitmatkustajien, eli ulkomaalaisten matkustajien jotka ovat lentoasemalla välilaskun ajan, tavoittamiseksi tulisi pyrkiä saavuttamaan matkailijat jo lentokentällä, esimerkiksi lentoaseman matkailuneuvonnan kautta.

6.2.4 Saksalainen nuori pariskunta

Kolmannessa fiktiivisessä asiakasprofiilissa on nuori saksalainen pariskunta, joka on lomamatkalla Suomenlinnassa. Saksalaiset ovat Suomenlinnan neljänneksi suurin kävijäryhmä. Yleistettynä eurooppalaiset nuoret (18–25-vuotiaat) ja nuoret aikuiset (26–35-vuotiaat) ovat merkittävä Suomenlinnan matkailijaryhmä. Tarkastellessa äidinkielen ja iän ristiintaulukoinnista (kuvio 17.) saksalaisten matkailijoiden määrää, huomataan alle 18–35-vuotiaita olleen yli puolet (55 %) koko saksalaisten matkailijoiden määrästä. Alle 18-vuotiaita oli lähes kymmenesosa (9 %), 18–25-vuotiaita oli melkein kolmasosa (30 %) ja 26–35-vuotiaita oli 16 % kaikista saksalaisista. Oman, systemaattisen havainnoinnin perusteella eurooppalaisista nuorista koostuvia ryhmiä oli kesäsesongin aikana runsaasti. Huomioitavaa on myös yleisesti nuorten suosiman majoitusmuodon, Suomenlinnan hostellin, sijainti kohteessa, sillä se houkuttelee nuoria yöpymään linnakkeessa.

Taulukko 6. Fiktiivinen saksalaisen nuoren pariskunnan profiili

| Taustatiedot | |
|----------------------------|-----------------------------------|
| Kansalaisuus ja äidinkieli | Saksa |
| Nimet | Barbara Engel ja Moritz Kauffmann |
| Iät | 22 ja 24 |
| Matkan tarkoitus | Lomamatka |

Matkailun edistämiskeskuksen (2013b) raportin mukaan saksalaiset kuuluvat paljon matkustavien joukkoon ja he ovat yleisesti ottaen vaativia tuotteista ja palveluista, joita he hyödyntävät matkoillaan. Saksalainen matkailija haluaa mieluiten palvelua omalla äidinkielellään eli saksaksi, mutta se ei ole matkan edellytys. Saksalaisten matkailijoiden trendinä on tehdä useita lyhyitä lomia vuoden aikana. Vanhempiin ikäryhmiin kuuluvat saksalaiset matkailijat haluavat mieluiten tehdä pidempiä, noin kolmesta neljään viikkoon kestäviä, lomia.

Nuoret määritellään usein omatoimimatkailijoiksi, jotka selviytyvät matkoilla omalla kielitaidollaan, rohkeudellaan ja itsenäisyydellään. Yleisesti on tiedossa, että nuoret saksalaiset ovat usein omatoimimatkailijoita, jotka liikkuvat siellä missä itse haluavat milloin tahtovat. Omatoimimatkailijat käyttävät vain harvoin oppaita ja matkanjärjestäjiä tai osallistuvat ohjatuille retkille ja kierroksille. Suomenlinnassa vieraileville nuorille tulisi kohdetta markkinoida etenkin internetissä erinomaisena omatoimikohteena, jossa voi kiertää omaehtoisesti ympäri mielenkiintoista ja erilaista historiallista Helsingin kaupunginosaa. Suomenlinnassa on runsaasti rauhallisia puistoja, rantoja ja kallioita luonnosta nauttimista varten, mutta kohteessa on myös kulttuuria museoiden, teatterin ja ravintoloiden muodossa. Nuoria omatoimimatkailijoita houkuttelemalla kävijäkunta säilyisi monipuolisena, jonka lisäksi kohteen markkinointi lisääntyisi nuorten runsaasti hyödyntämän sosiaalisen median ansiosta. Saksalaiset käyttävät yleisesti ahkerasti internetiä ja erilaisia sovelluksia, joita kannattaa ehdottomasti hyödyntää Suomenlinnan markkinoinnissa. Nuoret jakavat usein sosiaalisessa mediassa, kuten Facebookissa, Twitterissä ja Instagramissa, kuvia ja kokemuksia matkoiltaan sekä kirjoittavat arvoste-luja ja suosituksia esimerkiksi TripAdvisoriin. Suomenlinnaa on tärkeää markkinoida perinteisten kanavien, kuten internetin kotisivujen, lisäksi myös sosiaalisessa mediassa, jonka avulla tavoitetaan erityisesti nuoret matkailijat.

Matkailun edistämiskeskuksen suorittaman rajahaastattelututkimuksen (2012) mukaan saksalaisten matkailijoiden rahankäyttö Suomen vierailua kohden on toiseksi eniten yhdysvaltalaisien matkailijoiden jälkeen. Saksalaiset käyttivät vuonna 2012 keskimäärin 404 euroa Suomen vierailua kohden. Saksalaisten suuren rahankäytön perusteella saksalaisiin matkailijaryhmiin kannattaa panostaa markkinoinnissa, sekä saksankielisten palveluiden ja tuotteiden luomiseen ja kehittämiseen vielä entisestään. Saksalaiset, erityisesti nuoret, tietävästi matkustelevalle paljon ympäri maailmaa ja Helsinki on yksi suosituimmista kohteista kaupungin läheisyyden ja jopa eksoottisuuden vuoksi. Saksalaisiin nuoriin kannattaa panostaa markkinoinnissa, sillä potentiaalisia matkailijoita on Saksassa runsaasti. (Matkailun edistämiskeskus 2013c.)

6.3 Tulosten vertailu aiempiin Suomenlinnan kävijätutkimuksiin

Tuloksia haluttiin vertailla Suomenlinnan kävijäprofiilia sivunneisiin, vuonna 2006 (Partanen & Törmäkangas) ja 2010 (Smyk & Vehkakoski) tehtyihin, opinnäytetöihin, koska haluttiin saada aikaan jatkumo ja selvittää, mitä muutoksia kävijäprofiilissa on mahdollisesti tapahtunut. Aiemmissa opinnäytetöissä ei tutkittu yksityiskohtaisesti Suomenlinnan kävijäprofiilia, vaan tarkasteltiin matkailijoiden käyttäytymistä ja suhtautumista kohteen palveluihin. Opinnäytetyössä Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2010, tekijöinä Minttu Partanen ja Tuuli Törmäkangas, selvitettiin Suomenlinnan kävijärakennetta ja kävijöiden palveluiden käyttöä, sekä kehitettiin keinoja kohteen matkailijaystävällisyyden parantamiseksi. Kyseisessä opinnäytetyössä oli ideana kohdekehitys, jolloin pyrittiin kehittämään Suomenlinnaa kohteena ja parantamaan sen matkailijoille tarjoamia palveluita. Vuonna 2006 Magdalena Smykin ja Tero Vehkakosken tekemässä opinnäytetyössä ”Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2006” oli tarkoituksena tutkia minkälainen kävijäjoukko Suomenlinnassa käy vuoden 2006 aikana ja millaisia palveluja he Suomenlinnassa käyttävät. Tämän tutkimuksen tavoitteena oli aiempina vuosina tehdyistä opinnäytetöistä poiketen keskittyä nimenomaan selvittämään Suomenlinnan peruskävijät kesäsesongin aikana vuonna 2013.

Toimeksiantona Suomenlinnan hoitokunnalle, vuonna 2011 valmistuneessa, Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2010 -opinnäytetyössä (Törmäkangas & Partanen 2011) tutkittiin jonkin verran Suomenlinnan kävijäprofiilia. Kyseisessä opinnäytetyössä oli tuhannesta vastaajasta 58 % naisia ja 42 % miehiä, eli kuten tässäkin tutkimuksessa naiskävijöitä oli miehiä enemmän. Vuoden 2010 tutkimuksessa kävijöiden suurin ikäryhmä oli 20–29-vuotiaat, joka mukailee tämän tutkimuksen tuloksia, sillä tulosten perusteella vuonna 2013 suurin kävijäryhmä on 26–35-vuotiaat. Törmäkankaan ja Partanen opinnäytetyössä oli ulkomaalaisten osuus vastaajista yli puolet (55 %), kun taas tässä tutkimuksessa ulkomaalaisia vastaajia oli jopa 72 %, eli suomalaisia oli lähes kolmannes (28 %) kaikista kävijöistä. Kyseisessä opinnäytetyössä oli ulkomaalaisia kävijöitä 49 eri maasta, kun taas tässä opinnäytetyössä oli ulkomaalaisia kävijöitä 33 eri maasta. Opinnäytetyössä vuodelta 2010 oli myös tarkennettu kävijöiden lähtöaluetta, joka oli jaettu pääkaupunkiseutuun, muuhun Suomeen ja ulkomaahan. Vuonna 2010 pääkaupunkiseutulaisia oli kävijöistä suunnilleen kolmannes (32 %) ja muualta Suomesta oli

kävijöitä vain 13 %. Tässä tutkimuksessa tarkennettiin suomalaisten vastaajien kotipaikkaa siten, että kysyttiin erikseen asuvatko kävijät pääkaupunkiseudulla, muualla Etelä-Suomessa vai muualla Suomessa. Tulokset mukailevat vuoden 2010 opinnäytetyön tuloksia, sillä jopa 70 % suomalaisista kävijöistä oli pääkaupunkiseudulta, 14 % Etelä-Suomesta ja 16 % muualta Suomesta. Tiivistettynä vuonna 2010 tehdyn opinnäytetyön tulokset kävijäprofiilin suhteen mukailevat paljon tämän työn tuloksia. Tulevissa tutkimuksissa voisi vertailla kävijämäärien ja eri kävijäryhmien kehitystä, jotta saataisiin aikaan jatkumo ja voitaisiin päätellä kulloinkin vallitsevia trendejä.

Vanhemmassa, Suomenlinnan hoitokunnalle toimeksiantona vuonna 2007 valmistuneessa Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2006 -opinnäytetyössä (Smyk & Vehkakoski) tutkittiin jonkin verran kohteen kävijäprofiilia. Vuoden 2006 opinnäytetyö eroaa tästä tutkimuksesta kysymysten asettelun osalta, jonka vuoksi joidenkin yhteneväisyyksien vertailu on haastavaa. Opinnäytetyön 1031 vastaajasta yli puolet (56 %) oli naisia ja miehiä oli 44 % kävijöistä, eli myös tuolloin Suomenlinnassa vieraili enemmän naisia kuin miehiä. Vuonna 2006 kävijöiden suurin ikäryhmä oli 20–29-vuotiaat, joita oli jopa yli kolmasosa (33 %) kaikista kävijöistä. Myös tässä tutkimuksessa ja vuonna 2010 tehdyssä opinnäytetyössä kyseinen ikäryhmä oli kaikkein edustetuin. Opinnäytetyössä vuonna 2006 oli ulkomaalaisten kävijöiden osuus alle puolet (45 %) kaikista kävijöistä, joka on pienin ulkomaalaisten lukumäärä verrattuna tähän ja vuonna 2010 tehtyyn tutkimukseen. Smykin ja Vehkakosken opinnäytetyössä oli kävijöitä 48 eri maasta, kun vuonna 2010 kävijöitä oli 49 eri maasta ja tässä tutkimuksessa 33 eri maasta. Vuonna 2006 Suomenlinnan suurin ulkomaalainen matkailijaryhmä olivat saksalaiset, toiseksi eniten matkailijoita tuli Yhdysvalloista ja kolmanneksi eniten Isosta-Britanniasta. Ruotsalaisia oli neljänneksi eniten ja Alankomaista tuli viidenneksi eniten matkailijoita Suomenlinnaan. Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2006 -opinnäytetyössä suomalaiset kävijät oli jaoteltu helsinkiläisiin, muualta pääkaupunkiseudulta tuleviin ja muualta Suomesta tuleviin matkailijoihin. Lähes kolmasosa (28 %) matkailijoista oli helsinkistä, alle kymmenesosa (8 %) muualta pääkaupunkiseudulta ja lähes viidesosa (19 %) muualta Suomesta. Tässä eli vuoden 2013 tutkimuksessa selvisi, että jopa 70 % kävijöistä asui pääkaupunkiseudulla, 14 % Etelä-Suomessa ja 16 % muualta Suomesta. Pääkaupunkiseudulta tulevien matkailijoiden määrässä on huomattava ero, sillä vuoden 2006 tutkimuksessa pääkaupunkilaisia oli vain 8 % suomalaisista

matkailijoista ja vuoden 2013 tutkimuksessa pääkaupunkilaisten osuus oli jopa 70 % kaikista suomalaisten matkailijoiden määrästä.

Yhteenvedona kaikkien kolmen tutkimuksen tuloksissa on runsaasti samankaltaisuuksia, sillä naisten osuus on ollut aina suurempi ja 20–35-vuotiaat ovat olleet Suomenlinnan mediaanikävijöitä. Ulkomaalaisten matkailijoiden osuus on tasaisessa nousussa, sillä vielä vuonna 2006 se oli 45 % ja vuonna 2013 jo 72 %. Vuosina 2006 ja 2010 tehdyissä opinnäytetöissä aineistoa kerättiin koko vuoden ajalta, kun taas vuonna 2013 aineisto kerättiin huippusesongin aikana touko-syyskuussa. Lisäksi kahdessa aiemmassa tutkimuksessa oli suurempi otos, koska opinnäytetyön tekijöiden apuna olivat Suomenlinnan kesätyöntekijät ja aineisto kerättiin pidemmällä aikavälillä.

Kyselylomakkeen kysymysten asettelu on ollut hieman erilainen vuoden 2006 opinnäytetyössä verrattuna vuoden 2013 matkailijatutkimukseen, mikä voi vaikuttaa tulosten verrattavuuteen. Myös lopullinen otos molemmissa tutkimuksissa on erisuuruinen, jolla on vaikutusta tulosten eroavaisuuteen.

Taulukko 2. Viiden suurimman matkailijaryhmän vaihtelu vuosina 2013, 2010 ja 2006

| Vuonna 2013 | % | Vuonna 2010 | % | Vuonna 2006 | % |
|---------------|------|------------------|------|------------------|------|
| 1. Venäjä | 14 % | 1. Venäjä | 11 % | 1. Saksa | 11 % |
| 2. Kiina | 11 % | 2. Saksa | 10 % | 2. USA | 9 % |
| 3. Saksa | 8 % | 3. Iso-Britannia | 8 % | 3. Iso-Britannia | 7 % |
| 4. Japani | 6 % | 4. USA | 7 % | 4. Ruotsi | 5 % |
| 5. Ruotsi | 4 % | 5. Ruotsi | 7 % | 5. Alankomaat | 4 % |
| Ulkomaalaiset | 72 % | Ulkomaalaiset | 55 % | Ulkomaalaiset | 45 % |

Taulukkoon 2. on merkitty vuonna 2006 ja 2010 tehtyjen opinnäytetöiden ja tämän eli vuonna 2013 valmistuneen tutkimuksen viisi suurinta ulkomaalaista kävijäryhmää maittain. Vanhimmassa, eli vuonna 2006 (Smyk & Vehkakoski) tehdyssä tutkimuksessa viisi suurinta kävijäryhmää suurimmasta pienempään olivat Saksa, USA, Iso-Britannia, Ruotsi ja Alankomaat. Vuonna 2006 ulkomaalaisten osuus kävijöistä oli 45 %. Vuonna 2010 tehdyssä opinnäytetyössä (Partanen & Törmäkangas) viisi suurinta kävijäryhmää oli Venäjä, Saksa, Iso-Britannia, USA ja Ruotsi. Tuolloin ulkomaalaisten osuus kävijöis-

tä oli 55 %. Uusimassa eli tässä tutkimuksessa suurimmat kävijät tulivat Venäjältä, Kiinasta, Saksasta, Japanista ja Ruotsista. Vuonna 2013 ulkomaalaisten osuus kävijöistä on ollut 72 %.

Vertailun perusteella huomataan venäläisten matkailijoiden määrän lisääntyneen nopeasti. Vielä vuonna 2006 venäläiset eivät olleet viiden suurimman ulkomaalaisen kävijäryhmän joukossa, mutta vuosina 2010 ja 2013 venäläiset ovat nousseet suurimmaksi kävijäryhmäksi kasvattaen jatkuvasti osuuttaan. Saksasta tulevien matkailijoiden määrä vähenee hiljalleen, sillä vielä vuonna 2006 saksalaiset olivat suurin ulkomaalainen matkailijaryhmä, vuonna 2010 toiseksi suurin ja vuonna 2013 vasta kolmanneksi suurin matkailijaryhmä. Uusimassa tilastossa vuonna 2013 entiset suurimmat kävijäryhmät eli USA, Iso-Britannia ja Alankomaat ovat tippuneet kokonaan pois viiden suurimman kävijämaan joukosta. Aasialaisten osuus kävijöistä on noussut erittäin merkittävästi, sillä vuonna 2013 kiinalaiset ovat toiseksi suurin kävijäryhmä ja japanilaiset neljänneksi suurin. Aiemmissa tutkimuksissa ei näy aasialaisten matkailijoiden vaikutusta, joten voidaan todeta niiden kasvaneen nopeaa vauhtia viimeisten muutaman vuoden aikana. Ulkomaalaisten matkailijoiden määrä on myös korkeampi vuonna 2013 kuin aiemmissa tutkimuksissa.

6.4 Unescon kohteiden kävijätilastojen vertailu Suomenlinnan kävijäprofiiliin

Suomenlinnan kävijäprofiilia verrattiin kahteen Unescon maailmanperintökohteeseen, jotka sijaitsevat naapurimaissa, koska haluttiin saada selville kävijöiden yhteiset tekijät. Vertailtaviksi kohteiksi valittiin Ruotsin keskiaikainen kaupunki Visby ja Viron pääkaupunki Tallinnan vanhakaupunki, jotka ovat molemmat Unescon maailmanperintölistalla historiansa vuoksi. Suomenlinnan kävijäprofiilia verrattiin molempien kohteiden pääkävijöiden kansallisuuksiin ja niiden määriin. Lisäksi voitiin vertailla Tallinnan ja Suomenlinnan matkailijoiden syytä vierailla kohteessa. Tallinnan vanhasta kaupungista ei ollut erikseen kävijätilastoja, joten vertailussa oletetaan suurimman osan Tallinnan kävijöistä vierailevan myös vanhassa kaupungissa. Visbystä ei ollut saatavilla tarkkoja kävijätilastoja, joten Suomenlinnan kävijäprofiilia verrattiin Gotlannin matkailijatilastoon vuodelta 2012.

Suomenlinnaan verrattavissa oleva Ruotsin keskiaikainen kaupunki Visby lisättiin vuonna 1995 Unescon maailmanperintöluetteloon kaupungin merkittävän historian vuoksi. Gotlannissa sijaitseva Visby oli Itämeren Hansaliiton johtava viikinkikylä 1100–1300-luvuilla ja se on parhaiten säilynyt linnoitettu, kauppaa käynyt kaupunki koko Pohjois-Euroopassa. (UNESCO World Heritage Centre 1992-2013b.) Matkailu Gotlantiin on ollut tasaisessa nousussa jo pitkään edellisiin vuosiin verrattuna ja vuosi 2012 oli paras matkailuvuosi koko 2000 -luvulla. Gotlantiin matkusti vuonna 2012 lähes kaksi miljoonaa (1 917 526) matkailijaa, joista vain noin 10 % oli ulkomaalaisia matkailijoita. Gotlantiin matkustaa ensisijaisesti kävijöitä kotimaasta eli Ruotsista, mutta ulkomalaiset matkustajat ovat tärkeä kohderyhmä, joka eroaa ruotsalaisista kävijöistä matkustamisen ajankohdan, kulutuksen ja mielenkiinnon kohteiden suhteen. Eniten ulkomalaisia matkailijoita Gotlantiin tuli vuonna 2012 Saksasta (2 % kävijöistä) ja toiseksi eniten Norjasta (0,9 % kävijöistä). Kolmanneksi suurin kävijäryhmä oli Suomesta tulevat matkailijat (0,7 % kävijöistä) ja neljäntenä olivat tanskalaiset kävijät (0,7 % kävijöistä). Viidenneksi suurin kävijäryhmä oli amerikkalaiset matkailijat (0,2 % kävijöistä). Ulkomaalaisten matkailu auttaa vähentämään matkailun sesonkiluonteisuutta, sillä ulkomalaiset matkustavat kohteeseen ympäri vuoden. (Region Gotland, 24–26.) Vuoden 2012 Gotlannin matkailijoiden majoitustilastosta huomataan, että yöpymisten kokonaismäärä oli 855 204 yöpymistä. Majoitustilastoon on laskettu yhteen kaikki yöpymiset Gotlannin hotelleista, retkeilymajoista, lomakylistä, leirintäalueilta ja yksityisistä vuokrasunnoista. Majoitustilaston kokonaismäärästä 13 % (101 645 yöpymistä) oli ulkomalaisia yöpyjiä. (Region Gotland, 25.)

Kuten Ruotsin Visby, Suomenlinna on Unescon maailmanperintökohde historiansa vuoksi. Suomenlinnan ja Visbyn sijainti saarella lisää kohteiden maantieteellistä samankaltaisuutta, sillä kohteeseen pääsy vaatii joko lautta- tai venematkaa ja sääolosuhteet vaihtelevat huomattavasti vuodenajasta riippuen. Gotlannin ehdottomasti suurin kävijäryhmä on kotimaiset eli ruotsalaiset matkailijat, joita on jopa 90 % kaikista matkailijoista. Suomenlinnan suurin kävijäryhmä on myös kotimaiset eli suomalaiset matkailijat, mutta heidän osuutensa on vain 28 % kaikista matkailijoista (kuvio 11.). Gotlannin kolme suurinta ulkomaalaista kävijäryhmää ovat saksalaiset, norjalaiset ja suomalaiset, eli lähimaista tulevat matkailijat. Suomenlinnan suurimmat ulkomaalaiset kävijäryhmät ovat venäläiset, kiinalaiset ja saksalaiset, joten myös Suomenlinnaan tulee paljon mat-

kailijoita lähimaista. Suomenlinnassa vierailee lähimaista tulevien matkailijoiden lisäksi runsaasti aasialaisia kävijöitä, etenkin Kiinasta ja Japanista. Gotlannin viidenneksi suurin kävijäryhmä on amerikkalaiset, jotka ovat Suomenlinnan marginaalinen kävijäryhmä (kuvio 12.). Gotlannin matkailijamäärä on noussut tasaisesti viime vuosien aikana Suomenlinnan kävijämäärän (kuvio 2.) tavoin.

Tallinnan vanhakaupunki on kuulunut Unescon maailmanperintöluetteloon vuodesta 1997, koska se on yksi Pohjois-Euroopan parhaiten säilyneimmistä keskiaikaisista kaupunkeista. Visbyn tavoin Tallinna kuului keskiajalla Hansaliittoon ja sillä oli vaikutusvaltainen asema Itämeren alueella. (Tallinn City Tourist Office & Convention Bureau 2010.) Viroon matkustaa vuosittain jopa 2 840 000 matkailijaa, joista yli puolet (53 %) matkustaa Tallinnaan. Suomalaiset matkailijat olivat vuonna 2012 Viron suurin kävijäryhmä, sillä jopa 39 % kaikista matkailijoista oli suomalaisia. Toiseksi eniten Tallinnassa kävi venäläisiä matkailijoita (12 %) ja kolmanneksi eniten virolaisia matkailijoita (10 %). Neljänneksi suurin kävijäryhmä oli saksalaiset matkailijat (5 %) ja viidenneksi suurin ryhmä oli ruotsalaiset matkailijat (4 %). Suurin osa (76 %) Tallinnassa vierailleista ulkomaalaisista matkailijoista oli lomamatkalla. Työmatkailijoita oli lähes neljännes (23 %) matkailijoista ja muun syyn vuoksi Tallinnassa vieraili vain 1 % kävijöistä. Kotimaalaisista eri virolaisista matkailijoista reilusti yli puolet (57 %) matkusti Tallinnaan lomamatkalle ja työmatkalle matkusti 41 % matkailijoista, joiden lisäksi muun syyn vuoksi matkusti vain 2 % virolaisista matkailijoista. (Tallinn City Tourist Office & Convention Bureau 2012, 2.)

Maantieteellisesti lähellä Suomea sijaitseva Viron pääkaupunki Tallinna on Suomenlinnan tavoin Unescon maailmanperintölistalla keskiajalle ulottuvan historiansa ja sieltä ajalta säilyneen miljöönsä vuoksi. Helsingistä on vaivatonta käydä Tallinnassa vaikka päivämatkalla ja suomalaiset ovatkin Tallinnan ehdottomasti suurin matkailijaryhmä. Kotimaiset eli virolaiset matkailijat ovat poikkeuksellisesti Tallinnan kolmanneksi suurin matkailijaryhmä, kun taas Suomenlinnan ja Gotlannin suurin matkailijaryhmä on kotimaiset matkailijat. Tallinnaan matkustaa myös paljon kävijöitä lähimaista, sillä naapurimaasta Venäjältä tulee toiseksi eniten matkailijoita, neljänneksi eniten läheisestä Saksasta ja viidenneksi eniten laivamatkan päässä sijaitsevasta Ruotsista. Tallinnaan saapuneista matkailijoista lähes joka neljännes (23 %) on työmatkalainen, kun taas Suomenlinnan

kävijöistä alle kymmenesosa (8 %, kuvio 16.) on työmatkalla. Johtopäätöksenä Tallinna on Suomenlinnaa suositumpi kohde työmatkoille.

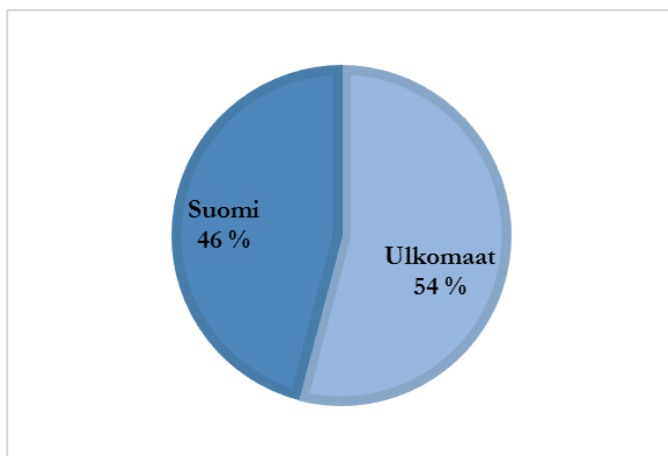
Kaikille kolmelle Unescon maailmanperintökohteelle, eli Suomenlinnalle, Visbylle ja Tallinnan vanhalle kaupungille on yhteistä suurimpien matkailijaryhmien koostuminen lähimaiden matkailijoista. Kotimaisten matkailijoiden osuus kävijämäärästä vaihtelee, mutta kaikkien kohteiden kävijöistä suuri osa on kotimaisia matkailijoita. Vertailemalla Tallinnan ja Suomenlinnan matkailijoiden syytä matkustaa kohteeseen selvisi, että Tallinna on Suomenlinnaa suositumpi työmatkailukohde suuremman työmatkalaisten määrän vuoksi. Tallinnan suosiota työmatkoille tulisi selvittää tarkemmin, jotta Suomenlinnan työmatkailua saataisiin kehitettyä tosiasioiden perusteella. Tutkimuksen kannalta olisi ollut hyödyllistä vertailla kävijöiden tarkempia ominaisuuksia, kuten ikäjakaumaa ja sukupuolijakaumaa. Kohteista oli löydettävissä luotettavia tilastoja vain kävijöiden kansallisuuksista ja niiden lukumäärästä sekä Tallinnan matkailijoiden syistä vierailla kohteessa. Suomenlinna, Visby ja Tallinnan vanhakaupunki houkuttelevat erityispiirteidensä vuoksi etenkin historia- ja kulttuurimatkailijoita, joiden lisäksi voidaan olettaa virkistyskäyttäjien kuuluvan kohteiden pääkävijöihin. Benchmarkingin eli vertailukehittämisen avulla voitaisiin verrata Suomenlinnaa muihin vastaaviin Unescon maailmanperintökohteisiin, jotta opittaisiin uusia toimintatapoja ja kyseenalaistettaisiin omaa toimintaa matkailun kehittämistä varten.

6.5 Helsingin yöpymistilastojen suhde Suomenlinnan matkailijaprofiiliin

Suomenlinnan matkailijaprofiilia haluttiin verrata Helsingin yöpymistilastoihin, koska haluttiin selvittää, kuinka paljon Suomenlinnan potentiaalisia kävijöitä on yöpynyt Helsingissä viime vuosina, ovatko kävijämäärät kasvussa ja mikä on suomalaisten ja ulkomaalaisten osuus yöpymisistä. Suomenlinnan kävijämäärän kehitystä voidaan arvioida analysoimalla Helsinkiin tulevien matkailijoiden määrää, koska voidaan olettaa lisääntyvien matkailijamäärien vaikuttavan joko positiivisesti tai negatiivisesti Suomenlinnan kävijämäärään. Suomenlinnan kävijämäärän kehitystä vuosina 1997–2012 on havainnollistettu kuviossa 2., josta selviää kävijämäärän olleen nousussa erityisesti vuoden 2003 jälkeen. Tilastoinnin ennätysvuosi oli 2011, jolloin jopa 778 000 kävijää vieraili Suomenlinnassa. Viimeisin tilastointivuosi on 2012, jolloin kävijämäärä tippui lähes kahdel-

lakymmenellä tuhannella edellisestä vuodesta. Vuodelta 2013 ei ollut mahdollista saada tietoa Suomenlinnan kävijämääristä tai Helsingin yöpymisistä, koska tämä tutkimus valmistui ennen vuoden loppua.

Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston ylläpitämässä Helsingin matkailun markkinaraportissa (Helsinki Region Infoshare 2013) on listattu matkailijoiden yöpymisiä Helsingin majoitusliikkeissä kuukausittain vuodesta 2001 lähtien. Tähän tutkimukseen valittiin raportista edelliset viisi vuotta eli vuodet 2008–2012, joista otettiin tutkimuksen kannalta oleelliset kuukaudet, touko-syyskuu, tarkastelun kohteeksi. Kuviosta 2. huomaa Suomenlinnan kävijämäärän nousseen tasaisesti viimeisen viiden vuoden aikana. Lisäksi Helsingin majoitusliikkeiden yöpymisten määrä on ollut nousussa viiden viime vuoden aikana, joiden nousua havainnollistetaan kuviossa 21. Kävijämäärän kasvun edelleen jatkuessa Suomenlinnassa tulee kiinnittää erityistä huomiota kävijähallintaan, kestävään kehitykseen ja linnoituksen säilyttämiseen autenttisena maailmanperintösopimuksen mukaisesti.

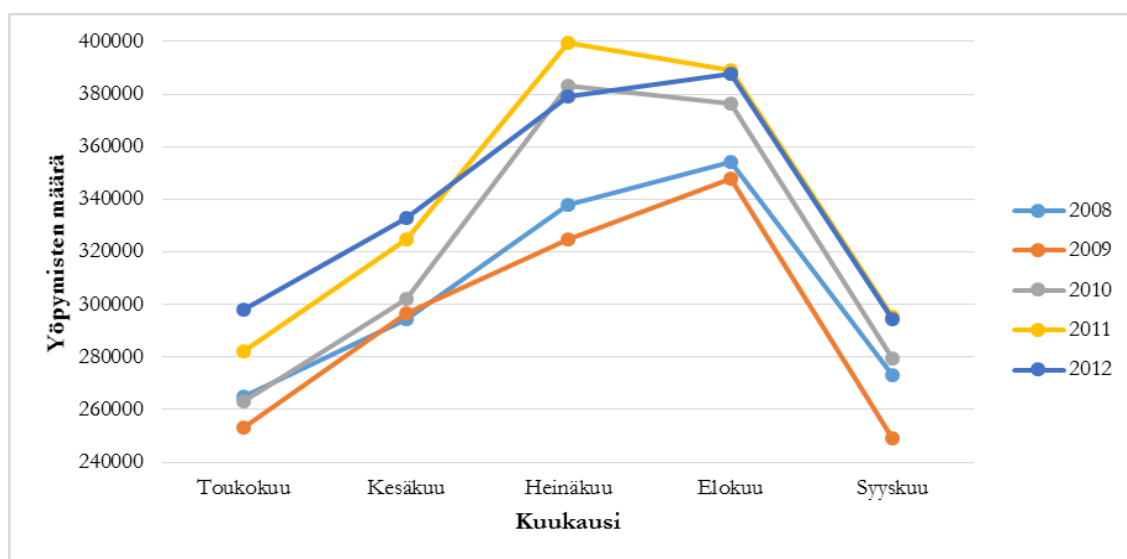


Kuvio 20. Suomalaisten ja ulkomaalaisten yöpymiset (n = 3 366 337)

Piirakkakuvio 20. havainnollistaa suomalaisten ja ulkomaalaisten yöpymisten määrän suhteiden jakautumista Helsingin majoitusliikkeissä vuonna 2012. Tilastokeskuksen (2012) mukaan vuonna 2012 Helsingin majoitusliikkeissä yöpyi yhteensä yli kolme miljoonaa (3 366 337) matkustajaa, joista yli puolet (54 %) oli ulkomaalaisia ja alle puolet (46 %) suomalaisia matkustajia. Edelliseen vuoteen 2011 verrattuna Helsingin majoitusliikkeissä yöpyi 0,1 % enemmän matkustajia, joten kasvu oli hienovaraista. Vuodelta 2013 ei ollut vielä julkaistu tietoja yöpymisten määrästä ennen tämän tutkimuksen päät-

tymistä. Suomalaisten suuri osuus majoitustilastoissa näkyy myös Suomenlinnan matkailijoissa, vaikka suurin osa kävijöistä tuleekin pääkaupunkiseudulta. Alla olevassa kuviossa (kuvio 21.) näkyy yöpymisten määrä yhteensä Helsingissä viimeisten viiden vuoden ajalta. Virhemarginaalit olivat molemmissa tapauksissa $\pm 0,05\%$ -yksikköä.

Johtopäätöksenä ulkomaalaiset ovat erittäin merkittävä kohderyhmä Suomenlinnalle, sillä heidän osuutensa Helsingissä yöpyneiden määrästä on yli puolet. Lisäksi erityisesti kauempaa tuleville suomalaisille matkaajille tulisi tiedottaa entistä enemmän Suomenlinnasta, sillä suomalaisia yöpyy Helsingissä vain hieman vähemmän kuin ulkomaalaisia. Suomalaisia matkailijoita kannattaa houkutella myös sen vuoksi, että he voivat halutesaan palata kohteeseen ja heistä voi pidemmän päälle muodostua vakioasiakkaita, jotka kertovat positiivisista kokemuksistaan ystäväpiirilleen, ja joista muodostuu potentiaalisia asiakkaita. Suomenlinnaa markkinoidessa voisi tehdä enemmän yhteistyötä Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston kanssa, jotta saataisiin lisää näkyvyyttä myös Suomen rajojen ulkopuolella. Yhteistyön avulla matkailijoiden pääsyä kohteeseen, palveluiden varaamista ja tuotteiden ostamista voitaisiin entisestään helpottaa. Suomenlinnan ainutlaatuinen luonto, sijainti ja historia kiinnostavat varmasti monia eksoottisuudellaan, joten etenkin potentiaalisten asiakkaiden pitäisi saada mielenkiintoista tietoa kohteesta eri kanavien kautta.



Kuvio 21. Yöpymiset kuukausittain Helsingissä vuosina 2008–2012

Kuviossa 21. on verrattu yöpymisten määrää Helsingin majoitusliikkeissä vuosina 2008–2012 tutkimuksen kannalta oleellisina kuukausina eli touko-syyskuussa. Tilastokeskuksen (2013) tilaston mukaan vuosina 2008–2012 Helsingissä oli keskimäärin yli puolitoista miljoonaa (1 596 535) yöpymistä touko-syyskuussa. Suurin määrä oli vuonna 2012, jolloin kesäkuukausien aikana oli yhteensä 1 692 552 yöpymistä. Saman vuoden elokuussa oli kesäkuukausien yöpymisennätys (387 653 yöpymistä). Kuviosta huomaa selvästi viiden kuukauden aikana määrällisesti pienimmän (1 471 154 yöpymistä) vuoden olleen 2009, jolloin jokainen kuukausi, lukuun ottamatta kesäkuu, jäi jälkeen muiden vuosien yöpymisten määrässä. Kaiken kaikkiaan yöpymisten määrän kasvu Helsingissä on ollut tasaisen nousujohteinen viimeisten viiden vuoden aikana.

Helsingin matkailun edelleen kasvaessa potentiaalisten Suomenlinnan matkailijoiden määrä lisääntyy ja matkailijakunnan koostumuksen ollessa selvillä on helpompaa suunnitella markkinointistrategioita tulevaisuutta varten. Kuviosta 21. huomaa selvästi, mitkä ovat olleet viiden vuoden ajan Helsingin yöpymismääriltään suurimmat kuukaudet eli milloin Helsingissä on eniten matkailijoita. Ehdottomasti yöpymismäärältään suosituimmat kuukaudet ovat heinä- ja elokuu, joiden lisäksi kesäkuussa on runsaasti yöpymisiä. Touko- ja syyskuu ovat yöpymismäärältään muita kesäkuukausia hiljaisempia kuukausia, mutta kuuluvat silti vuoden huippusesonkiin. Suomenlinnan huippusesonki on kesäkaudella, jota Helsingin yöpymistilasto tukee. Huippusesongin aikana Suomenlinna tulisi markkinoida mahdollisimman tehokkaasti jo matkailijoiden saapuessa Helsinkiin, esimerkiksi lentoasemalla ja satamissa, jotta kipinä vierailla kohteessa syttyisi jo tuolloin. Talvikaudella, eli hiljaisen sesongin aikana, Helsingissä vierailee erityisen paljon työmatkalaisia, joiden houkuttelu Suomenlinnaan olisi ensiarvoisen tärkeää. Suomenlinnassa on muutamia isompia kokoustiloja, mutta työmatkalaisiin, joulunajan juhliin ja kokousten- ja kongressien järjestämiseen keskittyminen voisi olla kannattavaa pidemmällä aikavälillä, kun yritetään saada matkailijoita vierailemaan myös hiljaisella talvikaudella. Tiedettäessä peruskävijät voidaan erikoistua tarjoamaan tietynlaisia tuotteita ja palveluita valituille kohderyhmille, jonka ansiosta matkailumäärien jyrkkää jakautumista voitaisiin loiventaa.

6.6 Validiteetin ja reliabiliteetin arviointi

Tässä tutkimuksessa on käytetty oikein yleisesti hyväksytyjä tieteellisiä tiedonkeruu- ja analyysimenetelmiä. Tutkimuksen tarkoitus on määritelty tutkimusongelmassa, josta on johdettu aineiston avulla ratkaistut tutkimuskysymykset. Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset on perustellusti ratkaistu kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimusotteella sekä tiedonkeruumenetelmät on kerrottu ja valinnat perusteltu. Tulosten analyysimenetelmä on valittu perustellusti tiedonkeruumenetelmän perusteella sekä analyysien teko ja tulkinta on tehty oikein määriteltyjen sääntöjen mukaisesti. Työn tavoitteet, käytetyt mittarit ja terminologia on määritelty selkeästi. Työn lähteet ovat oleellisia tutkimuksen kannalta ja lähteinä on käytetty luotettavia tutkimuksia, tilastoja sekä kotimaista ja vieraskielistä kirjallisuutta. Kirjallisuuteen on perehdytty käymällä läpi aihetta sivuavia tutkimuksia ja teorioita. Tutkimuksen ratkaisuihin ja perustelluksi on vedottu metodikirjallisuuteen, jossa on määritelty säännöt eri menetelmien sopivuudesta erilaisille ilmiöille. Tutkimus on pyritty dokumentoimaan mahdollisimman tarkasti eli kaikki ratkaisut ovat perusteltuja ja ne on kirjattu talteen, koska dokumentointi on perusedellytys luotettavuustarkastelulle. Tutkimusaineisto on laadukasta sekä otanta ja vastanneiden määrä on tarpeeksi riittävä, jotta tutkimusongelma voitiin ratkaista luotettavasti. Koko kvantitatiivinen tutkimusprosessi on tehty tarkkoja tieteellisiä sääntöjä noudattaen, joten tulkintoja on vain yksi. Tutkimus on tehty mahdollisimman objektiivisesti ja läpinäkyvästi, joten tulosten tulkinnat perustuvat vain kerättyyn aineistoon ilman omia mielipiteitä tai tulkintoja.

Tutkimuksen reliabiliteettiin ja validiteettiin kiinnitettiin huomiota suunnittelun, kirjoittamisen ja kyselyiden aloittamisesta lähtien, jotta saadut tulokset olisivat mahdollisimman luotettavia ja päteviä. Kananen (2010, 128–130) määrittelee tutkimuksen reliabiliteetin eli luotettavuuden tarkoittavan saatujen tutkimustulosten toistettavuutta ja pysyvyyttä, ei-sattumanvaraisuutta. Reliabiliteetti ei takaa validiteettia, sillä väärä mittari tuottaa toistettaessakin saman tuloksen. Validiteetti eli pätevyys tarkoittaa oikeiden asioiden tutkimista. Ulkoinen validiteetti mittaa tutkimustulosten yleistettävyyttä, mikä tarkoittaa tulosten pätevyyttä vastaavanlaisissa tilanteissa tutkimusasetelman ollessa sama. Sisäinen validiteetti tarkoittaa oikeiden mittarien tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata nimenomaan tutkittavaa asiaa. Molemmat luotettavuuskäsitteet soveltuvat hyvin

kvantitatiiviseen tutkimukseen. Tutkimustulosten luotettavuuden takaamiseksi ja johdopäätösten aikaansaamiseksi kyselylomake ja kysymykset suunniteltiin huolellisesti yhdessä toimeksiantajan kanssa. Kyselyt suoritettiin otantasuunnitelmaa noudattaen ja vastaukset rekisteröitiin talteen Webropol 2.0 -sovellukseen. Tutkimustulokset on esitetty Excel -ohjelmassa tehdyillä havainnollisilla kuvioilla ja analysoitu oikeaoppisesti. Tutkimustulokset on perusteltu monipuolisesti ja pohdinnassa on verrattu työn teoriaa ja empiriaa. Teknisesti tutkimus on uudelleen toistettava ja tutkimustulokset ovat yleistettäviä.

Pieni vastausprosentti vääristää tutkimuksen validiteettia eli luotettavuutta ja vaikeuttaa tulosten tulkintaa. Henkilökohtaisen kyselyn avulla saadaan paras vastausprosentti kaikista eri kyselyn toteuttamisvaihtoehdoista. Riittävän suuri vastausmäärä helpottaa vastausten tulkintaa, sillä tilastollisten testien luotettavuus heikkenee sitä enemmän mitä pienempi on vastausmäärä. (Kananen 2010, 95.) Tässä tutkimuksessa päätettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa kerätä mahdollisimman suuri otos, koska otoksen koko vaikuttaa merkittävästi tulosten luotettavuuteen ja tutkimuksen virhemarginaali pienenee otoksen koon kasvaessa. Otantasuunnitelman tavoitteeksi asetettiin 800 vastausta, joka olisi saavutettavissa käytettävissä olevien voimavarojen puitteissa. Lopullinen vastausmäärä oli 850, joten otos on erinomaisen kokoinen ja siten mahdollisimman luotettava. Vastausprosenttia ei voitu laskea, koska perusjoukosta ei ole varmuutta kävijätilaston puuttuessa tutkimuksen ajalta kesältä 2013. Jokaisen tutkimuksessa esiintyvän kuvion yhteyteen on laskettu tuloksille virhemarginaali, jonka laskentakaava on liitteessä 2. Samaa liitteeseen on myös kerätty taulukkoon 6. tutkimuksen kaikille kuvioille lasketut virhemarginaalit.

Tutkimustulokset esitellään selkeästi tilastografiikkaa hyödyntäen ja tutkimusongelmaan on löydetty mahdollisimman tarkka ja luotettava vastaus. Tuloksista on johdettu useita kehittämissuhteita työn toimeksiantajalle. Menetelmä oli oikea ja soveltuva tutkimusongelman ratkaisemiseksi, lisäksi mittaaminen on suoritettu oikeaoppisesti ja luotettavasti. Käytettävissä olleilla voimavaroilla saatu otos on mahdollisimman edustava ja onnistunut. Raportointi on suoritettu mahdollisimman hyvin ja oikein, sillä tekstiviitteet on merkitty virheettömästi ja lähdeluettelo on kattava. Lisäksi liitteet, taulukot ja kuvat on numeroitu ja otsikoitu ohjeiden mukaisesti.

6.7 Tutkimuksen merkitys ja jatkotutkimusehdotukset

Aikaisemmissa Suomenlinnan kävijöihin kohdistuneissa opinnäytetöissä keskityttiin selvittämään matkailijoiden mielipiteitä palveluista ja tuotteista sekä Suomenlinnasta yleisesti kohteena. Tutkimukset ovat aiemmin kohdistuneet olemassa olevien attraktioiden ympärille, ja niiden kysyntää arvioitaessa on tyydytty vain olettamuksiin. Matkailijoiden koostumusta tarkastelemalla luotiin erilaisia kävijäprofileja (taulukot 3., 4., 5. ja 6.), joiden avulla markkinointia voitaisiin paremmin kohdentaa eri matkailijoille. Tämän avulla voitaisiin saavuttaa myös ne matkailijat, jotka eivät normaalisti kiinnostuisi Suomenlinnan tapaisesta kulttuurikohteesta. Tieteellisesti oikein saatuja tuloksia voidaan jatkossa hyödyntää tulevilla kävijätutkimuksissa ja Suomenlinnan markkinoinnissa, jonka lisäksi vuoden 2013 peruskävijöitä voidaan tulevaisuudessa verrata uuteen kävijäprofiiliin.

Suora jatkotutkimusehdotus on matkailijaprofilin tarkentaminen siten, että matkailijoiden motiivit ja odotukset Suomenlinnan vierailulle selviäisivät tarkemmin. Oletettavasti matkailijoiden motiivit riippuvat kansalaisuudesta, tottumuksista ja tavoista. Odotukset vaihtelevat varmasti maittain, sillä yleistettynä toiset odottavat ja haluavat vierailultaan yksinkertaista autenttisuutta kun taas toiset haluaisivat kokea vierailunsa aikana jotain yllällistä hemmottelua. Matkailijoiden motiivien ja odotusten ollessa selvillä olisi helpompaa kehittää uusia ja parantaa vanhoja tuotteita ja palveluita. Vaihtoehtoisena tutkimuksen toteuttamismuotona kyselyt voisi suorittaa haastattelun avulla Suomenlinnan eri kohteissa, esimerkiksi ravintoloissa, museoissa ja matkamüstemyymälöissä. Suomenlinnan eri kohteissa toteutettujen haastattelujen avulla saataisiin mahdollisimman laaja ja edustava vastaajaryhmä, joiden motiivit ja odotukset vierailulle vaihtelevat.

Toinen jatkotutkimusaihe on keskittyminen vain tiettyihin kansalaisuuksiin, jonka ansiosta saataisiin laaja kuva heidän käyttäytymisestään, odotuksistaan ja toiveistaan. Esimerkiksi tutkimuksessa voitaisiin keskittyä viiteen kävijämäärältään suurimpaan kansalaisuuteen, jotka muodostavat kävijöiden ydinryhmän. Keskittymällä jo olemassa oleviin, suurimpiin asiakasryhmiin voitaisiin saadun tiedon avulla kehittää markkinointia entistä kohdennetummaksi, houkutella kävijöitä tulemaan uudelleen kohteeseen ja osattaisiin tyydyttää heidän tarpeensa entistä tehokkaammin. Keräämällä lisätietoa suurim-

mista asiakasryhmistä saataisiin myös selville perimmäiset syyt, miksi vierailijat ylipääntänsä haluavat tulla Suomenlinnaan. Lisätietojen avulla saataisiin varmasti selville sellaisiakin syitä, jotka eivät ole olleet aiemmin tiedossa tai niitä ei ole tunnistettu. Suomenlinna voisi tulevaisuudessa kehittää kokonaisvaltaisemmin kohteena, kun tiedettäisiin suurimpien matkailijaryhmien motiivit, odotukset ja toiveet.

Kolmas jatkotutkimusaihe on potentiaalisten, kehittyvien matkailijaryhmien selvittäminen heidän houkuttelemisekseen yhä suuremmissa määrin Suomenlinnaan. Esimerkiksi voisi tutkia, olisivatko BRICS -maat (Brasilia, Venäjä, Intia, Kiina ja Etelä-Afrikka) potentiaalisia vierailijoita. BRICS -maihin lukeutuva Venäjä on jo suurimpien Suomenlinnan matkailijaryhmien joukossa, joten olisi oletettavissa myös muiden kehittyvien maiden, joiden taloudellinen vaikutusvalta kasvaa yhä enemmän, olevan potentiaalista ylipääntänsä Suomeen ja Helsinkiin tulevia matkailijoita. Selvittämällä kehittyvien matkailijaryhmien koostumusta voitaisiin varautua jo ennakkoon niiden kasvuun esimerkiksi kielivalikoimaa monipuolistamalla. Markkinointia voitaisiin kohdistaa selvitettyjen, potentiaalisten maiden kansalaisuuksiin jo esimerkiksi lentoasemalla ja kohteesta kertovilla internetsivustoilla. Kävijäprofiili monipuolistuisi ja kohteen attraktiot voisivat erikoistua tarkemmin, kun tiedettäisiin mihin potentiaalsiin matkailijaryhmiin kannattaisi keskittyä erityisesti markkinoinnissa.

Tulevissa tähän työhön liittyvissä jatkotutkimuksissa olisi syytä huomioida muutamia asioita, joita voisi jatkossa parantaa. Kysymyslomakkeen viidettä kysymystä (liite 3.), jossa kysyttiin matkan tarkoitusta, voisi tarkentaa paremman vastauksen ja luotettavamman tuloksen saamiseksi. Viidennen kysymyksen yhteyteen voisi esittää tarkentavia kysymyksiä, kuten miksi lomamatkailija valitsi nimenomaan Suomenlinnan vapaa-ajanviettokohteekseen ja mitä tarkoitetaan muulla syyllä vierailla Suomenlinnassa. Kyselylomake kannattaa pitää lyhyenä ja nopeasti vastattavana, sillä se osoittautui tehokkaaksi keruumenetelmäksi. Seuraavissa kävijäprofiilitutkimuksissa voitaisiin nostaa otoksen määrää, jotta saataisiin määriteltyä tarkemmin Suomenlinnan kävijäprofiili ja luotettavuus lisääntyisi. Suurin ongelma opinnäytetyöprosessissa oli keräysten suorittamiseen kulunut aika, sillä suurin osa vastauksista (825 vastausta) keräsivät opinnäytetyön tekijät kahdestaan ja työn toimeksiantajan puolesta kerättiin vain murto-osa (25 vastausta). Tulevissa, suuren otoksen opinnäytetöissä kannattaisi hyödyntää esimerkiksi

Suomenlinnan kesätyöntekijöitä vastausten keruussa, sillä tämän työn tekijöillä meni kohtuuttomasti aikaa vastausten keruuseen. Vaivannäön vuoksi otos on edustava, mutta vastausten keräykseen kulutetut voimavarat vaikeuttivat jaksamista syksyllä tulosten analysoinnin ja varsinaisen kirjoitusprosessin alkaessa.

6.8 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessi käynnistyi maaliskuussa 2013, kun opinnäytetyön tekijät valitsivat Suomenlinnan hoitokunnan toimeksiantona tarjoaman Suomenlinnan matkailijaprofilitutkimuksen opinnäytetyön aiheeksi. Mielekäs ja kiinnostava aihe motivoi, lisäksi omien taitojen ja tietojen karttuminen prosessin aikana kannusti panostamaan opinnäytetyöhön. Toimeksiantajan yhteyshenkilönä toimi koko prosessin ajan kehittämiskoordinaattori Laura Heikkilä, keneltä saatiin selkeä ohjeistus, tavoitteet ja materiaali tutkimuksen tekoa varten. Opinnäytetyön tekeminen aikataulutettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa siten, että koko työn sovittiin olevan valmis marraskuussa 2013. Tutkimuksen suunnittelu ja tietoperustan kirjoittaminen aloitettiin huhtikuussa ja kyselylomakkeilla suoritettu vastausten keräys aloitettiin toukokuussa lomakkeiden testauksen jälkeen. Vastauksia kerättiin sovitusti koko huippusesongin ajan touko-syyskuussa toimeksiantajan ja opinnäytetyön tekijöiden toimesta. Lopullinen vastausmäärä oli 850, joista toimeksiantaja keräsi 25 kappaletta ja opinnäytetyön tekijät 825 kappaletta. Syksyllä aloitettiin saatujen vastausten analysointi ja varsinainen kirjoittamisprosessi.

Toimeksiantaja halusi tutkia Suomenlinnan matkailijaprofilin aiempaa tarkemmin, jota tarkoitusta varten tutkimuksen tavoite oli määritelty selkeästi ja aihe oli rajattu hyvin jo ennen opinnäytetyöprosessin aloittamista. Suomenlinnan hoitokunta oli alustavasti muotoillut tutkimuskysymykset, joilla saataisiin ratkaistua tutkimusongelma ja kyselylomake oli suunniteltu nopeasti vastattavaksi. Opinnäytetyön tekijöillä oli oikeus ehdottaa lisäyksiä tai muutoksia tulevaan kyselylomakkeeseen ja muutama muutos tehtiinkin tarkempien vastausten saamiseksi. Ideana toimeksiantajalla oli suorittaa kysely niin, että kysymyksiä ei olisi liian paljon, jotta saataisiin tehokkaasti ratkaistua tutkimusongelma eli millaisia ovat Suomenlinnan peruskävijät. Toimeksiantajan valmiiksi määrittelemän selkeän tavoitteen ansiosta työn aloittaminen oli helppoa ja tehtävien jako opinnäytetyön tekijöiden kesken onnistui kiitettävästi.

Tietoperustaa tehdessä tietämys matkailijakunnan koostumuksen määrittämisestä lisääntyi merkittävästi ja myös opinnoissa karttunutta tietotaitoa päästiin hyödyntämään. Opinnäytetyön lähteet valittiin perustellusti tarkoin ja teoriaosuudessa käytettiin monipuolisesti sekä kirjallisia että sähköisiä lähteitä. Tutkimuksessa on analysoitu ja havainnollistettu useilla eri kuvioilla Suomenlinnan Liikenne Oy:n ja JT-Line Oy:n matkustajatilastoja kesältä 2012, joiden perusteella suunniteltiin otantasuunnitelma. Lisäksi Matkailun edistämiskeskuksen yhdessä Tilastokeskuksen kanssa keräämiä Helsingin matkailutilastoja on tarkasteltu tutkimuksessa, koska haluttiin peilata tutkimuksen tuloksia Helsingin alueen matkailijamääriin vuodelta 2012. Haasteina projektin alussa, erityisesti tietoperustaa tehdessä, oli luonnostella tutkimukselle selkeä alustava rakenne sekä etsiä koota pää- ja alakappaleet, joka helpotti työn aikatauluttamista ja koko kirjoittamisprosessia. Haasteena koettiin myös teoriaosuuden rajaaminen, sillä vain tutkimuksen kannalta oleelliset asiat haluttiin lisätä teoriaosuuteen.

Opinnäytetyöprojektin tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselyä, joka suoritettiin Suomenlinnan huippusesongin aikana touko-syyskuussa vuonna 2013. Kyselylomakkeeseen muotoiltiin viisi kysymystä, joiden avulla pyrittiin saamaan mahdollisimman tarkka vastaus tutkimusongelmaan. Kyselyiden keräys onnistui hyvin selkeän otantasuunnitelman mukaisesti, sillä tavoiteltu otos ylitettiin ja keräyksiä suoritettiin monipuolisesti eri viikonpäivinä ja kellonaikoina. Kyselyiden kerääminen vei yllättävän paljon aikaa, enemmän kuin alun perin oli ennakoitu. Keräys oli haastavaa etenkin kieliongelmiensa vuoksi, mutta kymmenelle eri kielelle käännetty kyselylomakkeet helpottivat vastausten saamista etenkin iäkkäämmiltä ulkomaalaisilta matkailijoilta. Tulosten analysoiminen vei myös arvioitua enemmän aikaa, sillä kaikkien päätelmien haluttiin pohjautuvan pelkästään tutkimustuloksiin ilman omia ajatuksia tai mielipiteitä. Tulosten perusteella pyrittiin muodostamaan esimerkein mahdollisimman tarkka kuva siitä, millaisia olivat Suomenlinnan peruskävijät kesäkaudella 2013.

Ammatillisesti kehityimme etenkin projektinhallinnassa, sillä aikataulussa pysymisen kannalta oli erittäin tärkeää keskittyä projektin etenemiseen ja yhteistyön varmistamiseen. Opimme toteuttamaan alusta loppuun vaativan, laadukkaan ja tieteellisesti oikein tehdyn tutkimuksen, josta taidosta on varmasti hyötyä tulevaisuudessa. Ammatillisesti hyödyimme erityisesti Excel-ohjelman ja Webropol 2.0 -sovelluksen monipuolisesta

käytöstä, sillä käytimme molempia tehokkaasti tutkimuksen teossa ja tulosten analysoinnissa. Opinnäytetyötä tehdessämme olimme erittäin oma-aloitteisia ja itsenäisiä, sillä pyysimme vain tarvittaessa ohjaajaltamme, Mikko Laitiselta, tai koulumme opettajilta neuvoja. Työprosessi hoidettiin kokonaisuudessaan oma-aloitteisesti ohjeita ja aikataulua noudattaen, lisäksi raportoimme säännöllisesti ohjaajalle työn edistymisestä. Projektinhallinta onnistui kiitettävästi, koska opinnäytetyön lopullinen versio on suunnitelun sisältöinen ja laatuinen. Kirjoittamisprosessi aloitettiin välittömästi, kun tulokset olivat selvillä. Tietoperustaa olisi voitu kirjoittaa perusteellisemmin jo kesällä, jolloin teimme vielä kyselyjä. Opinnäytetyön aihe liittyy suurempaan ilmiöön, sillä Suomenlinna on Unescon maailmanperintökohde ja eri maailmanperintökohteista on tehty vuosittain kävijäprofiilitutkimuksia. Johtopäätöksissä käsitelimme kahden maantieteellisesti Suomelle läheisen maailmanperintökohteen kävijätutkimuksia ja vertasimme niitä omaan tutkimukseemme. Muiden maailmanperintökohteiden kävijätutkimuksien tuloksia olisi voitu vertailla tämän työn tuloksiin, jos niitä olisi ollut saatavilla, jotta olisi saatu selville samankaltaisuudet suurimmissa kävijäryhmissä.

Opinnäytetyön tekijät ovat tyytyväisiä erityisesti siihen, että tutkimus etenee alusta loppuun asti johdonmukaisesti ja rakenne on selkeä. Tutkimusongelma on ratkaistu mahdollisimman tarkasti ja tulokset on analysoitu tarkasti ajan kanssa. Yhteistyö opinnäytetyöprojektissa sujui hyvin, sillä molemmat tekijät pitivät kiinni projektin alussa sovitusta aikataulusta ja tekivät oman osansa työn eteen. Työn aikana opittiin paljon projektinhallinnasta. Suunnitelmallinen aikataulutus edisti projektin etenemistä, sillä työn tekemisen aikataulu sovittiin tarkasti aina kuukaudeksi eteenpäin ja asetettiin välitavoitteita, jotka kannustivat kirjoittamaan. Teoriaosuuteen ja edellisiin Suomenlinnan hoitokunnalle tehtyihin aiheita sivuaviin opinnäytetöihin perehdyttiin hyvissä ajoin ennen kyselyiden toteuttamista. Molemmat tekijät huolehtivat omista vastuualueistaan, säilyttivät roolinsa ja osallistuivat projektin työstämiseen yhtä aktiivisesti. Yhteydenpito toimeksiantajaan sujui moitteettomasti koko opinnäytetyöprosessin ajan, mutta kommunikointi opinnäytetyöohjaajan kanssa oli haasteellista ohjaajan jatkuvan kiireen vuoksi. Kaiken kaikkiaan opinnäytetyöprosessi sujui hyvin, sillä aikataulutus onnistui ja tutkimus on kokonaisuudessaan vaaditunlainen.

Lähteet

Aaltola, J. & Valli, R. 2007. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I: Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 2.painos. PS-kustannus, Jyväskylä.

Aarography 2013. Suomenlinna. Luettavissa:

<http://www.aarography.com/2012/01/suomenlinna-2/>. Luettu: 12.11.2013.

Arhinmäki, P. 13.12.2011. Kulttuuri- ja urheiluministerin juhlapuhe: Suomenlinna ja Rauman Vanha kaupunki Unescon maailmanperintökohteina 20-vuotta. Luettavissa: <http://www.minedu.fi/OPM/Puheet/2011/12/Suomenlinna.html>. Luettu: 17.4.2013.

Bell, J. 2010. Doing Your Research Project: A Guide for First-Time Researchers in Education, Health and Social Science. Fifth edition. Open University Press. Maidenhead.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita Prima Oy. Helsinki.

Futunet & Internetix 2005. Nexus ohjeet – kyselyn suunnittelu. Luettavissa:

http://nexusskenarix.internetix.fi/f/materiaalit/ohjeet/help/hakemisto/07_kyselypalvelu/02_suunnittelu?C:D=cfPh.lbA&selres=cfPh.lbA. Luettu: 7.10.2013.

Go Experience Oy 2008. Pirunkirkon juhlasali - kuvaus. Luettavissa:

<http://www.goexperience.fi/juhlatilat/Pirunkirkon+juhlasali.php>. Luettu: 18.10.2013.

Heikkilä, T. 2010. Tilastollinen tutkimus. 7.-8-painos. Edita Prima Oy. Helsinki.

Helsingin Sanomat. 13.7.2013. Suomenlinnan matkailuneuvonta lauttarantaan. Luettavissa: <http://www.hs.fi/kaupunki/a1373598839301>. Luettu: 18.7.2013.

Helsinki Region Infoshare 2013. Helsingin majoitustilasto. Excel-tiedosto. Luettavissa:

<http://www.hri.fi/fi/data/helsingin-majoitustilasto/>. Luettu: 25.10.2013.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.

HKL 2013. Suomenlinnan lauttaliikenne. Luettavissa:

<http://www.hel.fi/hki/hkl/fi/Suomenlinnan+lauttaliikenne>. Luettu: 2.10.2013.

Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2008. Tilastolliset menetelmät. WSOY Oppimateriaalit Oy. Helsinki.

Hällström, Olof af. 2004. Matkailijan Suomenlinna. Olof af Hällströmin perikunta. Helsinki.

IHA-Lines Oy Helsinki Cruises 2013a.

Luettavissa: <http://www.ihalines.fi/suomeksi/yhtio/index.html>. Luettu: 8.10.2013.

Iltanen, J. 2012. Linnat ja linnoitukset. Karttakeskus Oy. Helsinki.

JT-Line 2013a. Tervetuloa risteilemään Helsingin saaristoon!. Luettavissa:

<http://www.jt-line.fi/>. Luettu: 16.4.2013.

JT-Line 2013b. Suomenlinna. Luettavissa: <http://www.jt-line.fi//suomenlinna.htm>.

Luettu: 17.4.2013.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Kananen, J. 2008. Kvantti - Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Louhenjoki-Schulman, P-L. & Hedenström, K. 2004. Suomen kulttuurinähtävyydet. 2.painos. Otava. Helsinki.

Matkailun edistämiskeskus 2013a. Tuoreimmat majoitustilastot ja kehitystrendit. Edellinen vuosi. Luettavissa: <http://www.mek.fi/tutkimukset-ja-tilastot/majoitustilastot/>. Luettu: 2.10.2013.

Matkailun edistämiskeskus 2013b. Saksassa riittää potentiaalisia Suomen matkailijoita. Luettavissa: <http://www.mek.fi/tietoa-kohdemaista/saksa/tuotteet-ja-kohderyhmat/>. Luettu: 31.10.2013.

Matkailun edistämiskeskus 2013c. Tutkimukset ja tilastot. Rajahaastattelututkimus : osa 26 : ulkomaiset matkailijat Suomessa vuonna 2012. Luettavissa: http://www.mek.fi/wp-content/uploads/2013/05/2013-A173-Raja_2012.pdf. Luettu: 31.10.2013.

Morrison, M.A., Haley, E., Sheehan, K.B. & Taylor, R.E. 2002. Using Qualitative Research in Advertising: Strategies, Techniques and Applications. Sage Publications. California.

Lehmusruus, A. 15.5.2012. Lue, mitä turistit haluavat Suomen-lomaltaan. Luettavissa: <http://www.studio55.fi/matkailu/article/lue--mita-turistit-haluavat-suomen-lomaltaan/130818>. Luettu: 31.10.2013.

Museovirasto 2012. Maailmanperintökohteet Suomessa. Luettavissa: http://www.nba.fi/fi/museot/maailmanperintokohteet_suomessa. Luettu: 16.4.2013.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. WSOYpro Oy. Helsinki.

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2013. Suomen Unesco-toimikunta. Luettavissa: http://www.minedu.fi/OPM/Kansainvaelliset_asiat/kansainvaelliset_jaerjestoet/unesco/suomen_unesco-toimikunta/index.html. Luettu: 10.10.2013.

Partanen, M. & Törmäkangas, T. 2011. Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2010. Amk-opinnäytetyö. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Helsinki. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2011053010246>. Luettu: 12.9.2013.

Region Gotland. Gotland in Figures. Luettavissa: <http://www.gotland.se/1353>. Luettu: 12.11.2013.

Rikosseuraamuslaitos 2013. Suomenlinnan vankila. Luettavissa: <http://www.rikosseuraamus.fi/fi/index/toimipaikatjajayhteystiedot/vankilat/suomenlinnanvankila.html>. Luettu: 10.10.2013.

Smyk, M. & Vehkakoski, T. 2007. Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2006. Amk-opinnäytetyö. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Helsinki.

Stadissa.fi 2013. Suomenlinnan kesäteatteri. Luettavissa: <http://www.stadissa.fi/paikat/25/suomenlinnan-kesateatteri>. Luettu: 9.10.2013.

Strömman Finland Oy Ab 2013a. Historia. Luettavissa: <http://www.stromma.fi/fi/HOME/TopTopMenu/Yritys/Historia/>. Luettu: 8.10.2013.

Strömman Finland Oy Ab 2013b. Suomenlinna, herkkuja ja historiaa. Luettavissa: <http://www.stromma.fi/fi/TILAUSRISTEILYT/Teemasta-toimeen-/Suomenlinna-herkkuja-ja-historiaa/>. Luettu: 8.10.2013.

Suomen Kotiseutuliitto 2013. Europa Nostra Finland. Luettavissa: <http://www.kotiseutuliitto.fi/toiminta/europa-nostra>. Luettu: 8.10.2013.

Suomen Nuorisokeskukset ry 2011. Hostel Suomenlinna. Luettavissa: <http://www.snk.fi/fi/keskukset/hostel+suomenlinna/>. Luettu: 8.10.2013.

Suomen Saaristokuljetus 2013. Tilausristeilyt. Luettavissa: <http://suomensaaristokuljetus.fi/?cat=18>. Luettu: 8.10.2013.

Suomenlinnan hoitokunta 2011. Lehdistötiedotteita 18.10.2011. Suomenlinna Unescon maailmanperintökohteena 20 vuotta. Luettavissa:

http://www.suomenlinna.fi/media/lehdistotiedotteita/suomenlinna_unescon_maailmanperintokohteena_20_vuotta.2110.news. Luettu: 16.4.2013.

Suomenlinnan hoitokunta 2013a. Linnoitus. Luettavissa:

<http://www.suomenlinna.fi/linnoitus>. Luettu: 17.4.2013.

Suomenlinnan hoitokunta 2013b. Suomenlinna huomenna. Luettavissa:

http://www.suomenlinna.fi/suomenlinnan_hoitokunta/kehittamishankkeet/suomenlinna_huomenna. Luettu: 15.4.2013.

Suomenlinnan hoitokunta 2013c. Majoitus. Luettavissa:

http://www.suomenlinna.fi/matkailijan_suomenlinna/majoitus. Luettu: 12.4.2013.

Suomenlinnan hoitokunta 2013d. Kokoustilat. Luettavissa:

http://www.suomenlinna.fi/kokous-_ja_juhltilat/kokoustilat. Luettu: 11.4.2013.

Suomenlinnan hoitokunta 2013e. Tenalji von Fersen. Luettavissa:

http://www.suomenlinna.fi/kokous-_ja_juhltilat/kokoustilat/tenalji_von_fersen_max_150. Luettu: 18.10.2013.

Suomenlinnan hoitokunta 2013f. Suomenlinnan hoitokunta. Luettavissa:

http://www.suomenlinna.fi/suomenlinnan_hoitokunta. Luettu: 16.4.2013.

Suomenlinnan hoitokunta 2013g. Organisaatio. Luettavissa:

http://www.suomenlinna.fi/suomenlinnan_hoitokunta/organisaatio. Luettu: 6.10.2013.

Suomenlinnan hoitokunta 2013h. Toiminta-ajatus, arvot ja resurssit. Luettavissa:

http://www.suomenlinna.fi/suomenlinnan_hoitokunta/toiminta-ajatus_arvot_ja_resurssit. Luettu: 10.10.2013.

Suomenlinnan hoitokunta 2013i. Restaurointikohde. Luettavissa:

<http://www.suomenlinna.fi/linnoitus/restaurointikohde>. Luettu: 8.10.2013.

Suomenlinnan hoitokunta 2013j. Maailmanperintöluettelo. Luettavissa:

<http://www.suomenlinna.fi/linnoitus/maailmanperintokohde/maailmanperintoluettelo>. Luettu: 10.10.2013.

Suomenlinnan hoitokunta 2013k. Ympäristövastuullinen tilaisuus Suomenlinnassa. Luettavissa:

http://www.suomenlinna.fi/kokous-ja_juhlatilat/ekovinkit. Luettu: 12.11.2013.

Suomenlinnan Liikenne Oy 2013. Tietoa kuljetuksesta. Luettavissa:

http://www.slloy.fi/tietoa_kuljetuksesta. Luettu: 7.10.2013.

Taanila, A. 2013. Akin menetelmäblogi. Prosenttiosuuden luottamusväli. Luettavissa:

<http://tilastoapu.wordpress.com/tag/prosenttiluvun-luottamusvali/>. Luettu: 31.10.2013.

Tallinn City Tourist Office & Convention Bureau 2010. Vanhakaupunki. Luettavissa:

<http://www.tourism.tallinn.ee/fin/fpage/nahtavyydet/nahtavyydet/vanhakaupunki>. Luettu: 14.11.2013.

Tallinn City Tourist Office & Convention Bureau 2012. Tourism in Tallinn 2012. Luettavissa:

http://www.tourism.tallinn.ee/static/files/042/tallinn_2012_eng_at.pdf. Luettu: 12.11.2013.

Tilastokeskus 2006. ISSN 1799-456X. Luettavissa:

http://tilastokeskus.fi/til/kihi/kihi_2004-09-16_luo_001.html. Luettu: 7.10.2013.

Tuomi, J. 2007. Tutki ja lue. Johdatus tieteellisen tekstin ymmärtämiseen. Tammi. Helsinki.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö. Luettavissa:
<http://www.tenk.fi/fi/htk-ohje/hyva-tieteellinen-kaytanto>. Luettu: 10.9.2013.

UNESCO 2013a. About us. Luettavissa:
<http://www.unesco.org/new/en/unesco/about-us/>. Luettu: 9.10.2013.

UNESCO 2013b. Introducing UNESCO. Luettavissa: <https://en.unesco.org/about-us/introducing-unesco>. Luettu: 9.10.2013.

UNESCO 2013c. World Heritage List. Luettavissa:
http://whc.unesco.org/archive/advisory_body_evaluation/583.pdf.
Luettu: 21.10.2013.

UNESCO 2013d. Introducing UNESCO: what we are.
Luettavissa: <http://www.unesco.org/new/en/unesco/about-us/who-we-are/introducing-unesco/>. Luettu: 15.4.2013.

UNESCO World Heritage Centre 1992-2013a. Resources: Documents. Finland: Fortress of Suomenlinna. Luettavissa:
<http://whc.unesco.org/archive/periodicreporting/EUR/cycle01/section2/583-summary.pdf>. Luettu: 21.10.2013.

UNESCO World Heritage Centre 1992-2013b. Hanseatic Town of Visby. Luettavissa:
http://whc.unesco.org/pg.cfm?cid=31&id_site=731. Luettu: 12.11.2013.

Niemelä, A. 2010. Kvantitatiiviset yleisökartoitukset \neg – aineiston kerääminen ja kyselylomakkeen laatiminen. Yleisön ja kävijöiden tutkiminen. Valtion taidemuseo. Luettavissa:
<http://www.fng.fi/arvoisayleiso/yleisojenjakavijoidentutkiminen/kvantitatiivisetyleisokartoitukset>. Luettu: 12.11.2013.

Valtiovarainministeriö 2008. Tutustu työnantajiin: Suomenlinnan hoitokunta. Luettavissa:

http://www.valtiolle.fi/valtiolle/fi/02_tutustu_tyonantajiin/Suomenlinnan_hoitokunta/index.jsp. Luettu: 30.9.2013.

Van der Velde, M., Jansen, P. & Anderson, N. 2004. Guide to Management Research Methods. Blackwell Publishers. Oxford.

Veal, A.J. 2006. Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide. Third edition. Pearson Education. Harlow.

Visithelsinki.fi 2013. Hyvä tietää: Liikkuminen. Luettavissa:
<http://www.visithelsinki.fi/juuri-nyt/perheille/hyva-tietaa-liikkuminen>. Luettu: 9.10.2013.

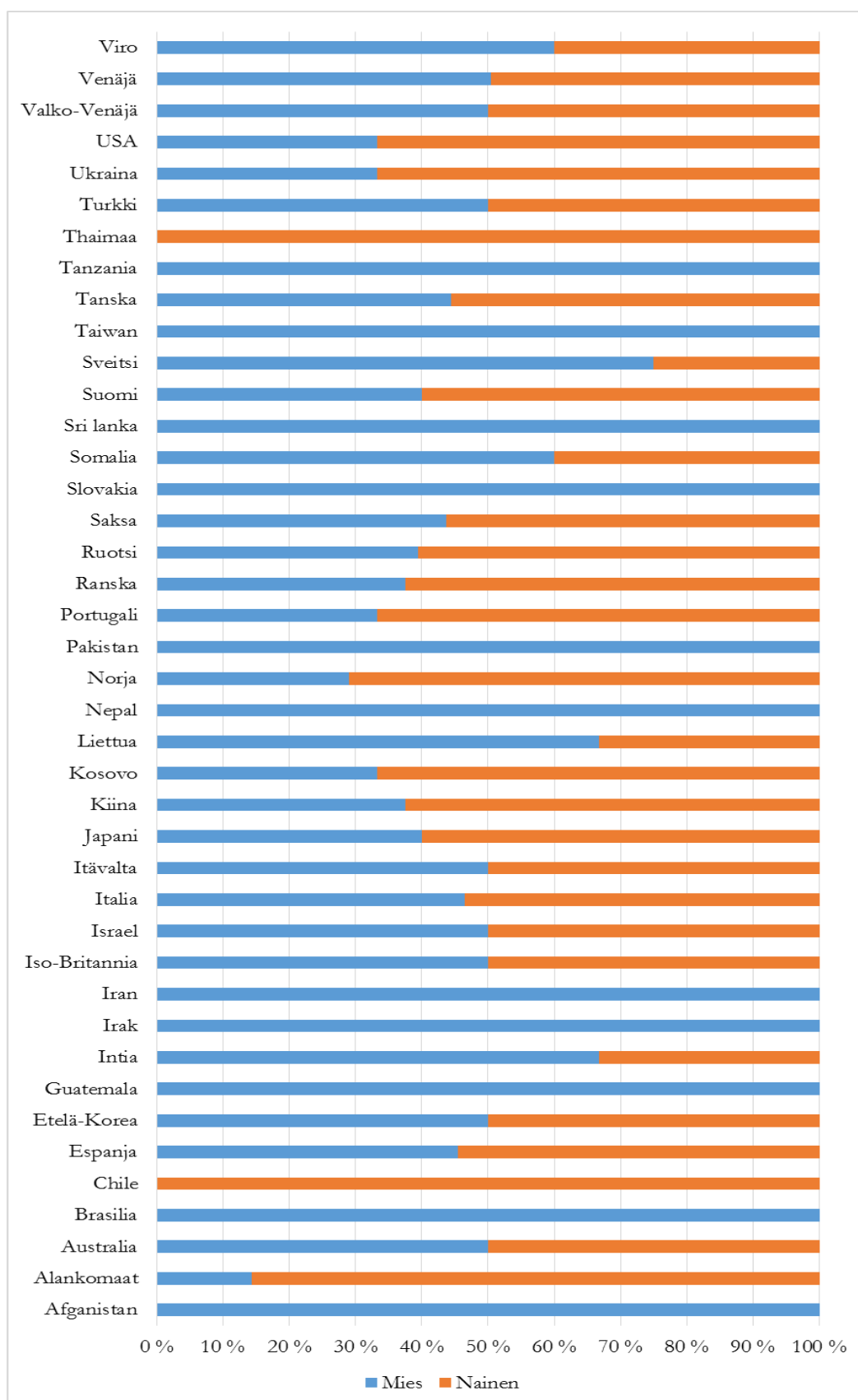
YLE Helsinki 2012. Suomenlinna veti ennätysmäärän kävijöitä. Luettavissa:
http://yle.fi/uutiset/suomenlinna_veti_ennatysmaaran_kavijoita/5058764. Luettu: 9.10.2013.

Webropol Oy 2013. Miksi Webropol?. Luettavissa: <http://www.webropol.fi/miksi-webropol-2/>. Luettu: 20.9.2013.

Wonderful Copenhagen Research & Development. Review of China's Outbound Travel Market 2013. Perspectives for Scandinavian city tourism. Luettavissa:
http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Tutkimukset/chinavia_-_review_of_chinas_outbound_travel_market_2013_-_final.pdf. Luettu: 31.10.2013.

Liitteet

Liite 1. Kuvio 19. Kävijöiden kotimaa ja sukupuoli ristiintaulukoituna



Liite 2. Prosenttiosuuksien virhemarginaalit

Virhemarginaalin laskentakaava, jossa n (tuloksissa n = 847-850) riippuu ko. kysymyksen vastaajien määrästä ja p = prosenttiosuus vastaajamäärästä.

Virhemarginaalin luottamustaso on 95 %.

$$1,96 \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

Kuvio 22. Virhemarginaalin laskentakaava (Taanila 2013).

Taulukkoon on merkitty tutkimuksessa käytettyjen kuvioden virhemarginaali ja tutkimusyksikköjen määrä. Virhemarginaalit on laskettu yllä olevalla laskentakaavalla, jossa n on perusjoukon havaintoyksiköiden lukumäärä.

Taulukko 7. Tutkimuksen kuvioden virhemarginaalit ja perusjoukko

| Kuvio | Virhemarginaali | n = |
|-----------|--|-----------|
| Kuvio 3. | välillä $\pm 0,2$ % ... $\pm 0,3$ % -yksikköä | 96 109 |
| Kuvio 4. | välillä $\pm 0,6$ % ... $\pm 1,4$ % -yksikköä | 4 369 |
| Kuvio 5. | välillä $\pm 0,2$ % ... $\pm 0,3$ % -yksikköä | 96 109 |
| Kuvio 6. | välillä $\pm 0,6$ % ... $\pm 1,3$ % -yksikköä | 4 369 |
| Kuvio 7. | välillä $\pm 0,05$ % ... $\pm 0,1$ % -yksikköä | 1 024 517 |
| Kuvio 8. | välillä $\pm 0,06$ % ... $\pm 0,1$ % -yksikköä | 1 024 517 |
| Kuvio 9. | $\pm 3,3$ % -yksikköä | 848 |
| Kuvio 10. | välillä $\pm 1,5$ % ... $\pm 2,6$ % -yksikköä | 847 |
| Kuvio 11. | välillä $\pm 1,1$ % ... $\pm 3,0$ % -yksikköä | 850 |
| Kuvio 12. | välillä $\pm 0,4$ % ... $\pm 1,0$ % -yksikköä | 850 |
| Kuvio 13. | välillä $\pm 2,9$ % ... $\pm 1,1$ % -yksikköä | 850 |
| Kuvio 14. | välillä $\pm 0,3$ %... $\pm 1,0$ % -yksikköä | 850 |
| Kuvio 15. | välillä $\pm 4,4$ % ... $\pm 5,8$ % -yksikköä | 238 |
| Kuvio 16. | välillä $\pm 1,5$ % ... $\pm 2,3$ % -yksikköä | 848 |
| Kuvio 17. | $\pm 0,05$ % -yksikköä | 3 366 337 |
| Kuvio 18. | välillä $\pm 1,5$ % ... $\pm 2,1$ % -yksikköä | 850 |



Suomenlinnan matkailijatutkimus

Arvoisa kävijä,

Suomenlinnan hoitokunta pyrkii selvittämään, millaisia kävijöitä Suomenlinnassa vierailee. Vastaamalla tähän kyselyyn annatte arvokasta tietoa kehittämistyön pohjaksi.

Kiitos vaivannäöstänne. Tervetuloa uudelleen Suomenlinnaan!

1. Sukupuoli

☐ Nainen ☐ Mies

2. Ikä

☐ < 18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ 46–55 ☐ 56–65 ☐ > 66

3. Äidinkieli

4. Kotimaa

5. Missä asutte?

- ☐ Pääkaupunkiseudulla (Helsinki, Vantaa, Espoo, Kauniainen)
☐ Muualla Etelä-Suomessa
☐ Muu paikkakunta

6. Mikä on matkanne tarkoitus?

- ☐ Lomamatka
☐ Työmatka
☐ Muu



Sjöfästningen Sveaborg

Ärade besökare,

Sveaborgs förvaltningsnämnd vill få klarhet i vilken typ av besökare Sveaborg lockar. Genom att svara på våra frågor ger ni oss värdefull information.

Tack för ert besvär och välkomna åter till Sveaborg!

1. Kön

☐ Kvinna ☐ Man

2. Ålder

☐ < 18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ 46–55 ☐ 56–65 ☐ > 66

3. Modersmål

4. Hemland

5. Varför åker du till Sveaborg?

- ☐ Utfärd
☐ Affärsresa
☐ Annan orsak



Sea Fortress Suomenlinna

Dear visitor

This questionnaire is carried out for The Governing Body of Suomenlinna in order to find out what kind of visitors Suomenlinna Sea Fortress attracts.

By answering this questionnaire, you will provide us valuable information.

Thank you for your effort and welcome again to visit Suomenlinna Sea Fortress!

1. Gender

☐ Woman ☐ Man

2. Age

☐ < 18 ☐ 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ 46-55 ☐ 56-65 ☐ > 66

3. Mother language

4. Homeland

5. What is the purpose of your trip?

☐ Holiday

☐ Business

☐ Other



Морская крепость Суоменлинна

Дорогие посетители,

Административный совет Суоменлинна пытается установить, кто заинтересован в посещении крепости. Ваш ответ на этот опрос, даст ценную информацию для основы развития. Благодарим Вас за проявленный интерес.

Добро пожаловать в Суоменлинна снова!

1. Ваш пол

☐ Мужской ☐ Женский

2. Возраст

☐ < 18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ 46–55 ☐ 56–65 ☐ > 66

3. Страна проживания

4. Родной язык

5. Какова цель вашего визита?

☐ Отдых
☐ Командировка
☐ Другой



Die Seefestung Suomenlinna

Sehr geehrte Reiseinde

Um die Art der Besucher des Suomenlinna zu ermitteln wollen die Verwaltung von Suomenlinna folgende Fragen stellen.

Wenn Sie diese Fragen antworten, geben Sie uns wertvolle Informationen auf der Grundlage der Entwicklung.

Vielen Dank für Ihre Mühe. Willkommen wieder in Suomenlinna!

1. Geschlecht

☐ Frau ☐ Mann

2. Alter

☐ < 18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ 46–55 ☐ 56–65 ☐ > 66

3. Muttersprache

4. Heimatland

5. Was ist der Zweck Ihrer Reise?

☐ Urlaubsreise
☐ Geschäftsreise
☐ Andere



La forteresse maritime de Suomenlinna

Cher visiteur,

le conseil pour le développement de Suomenlinna cherche à définir le profil des visiteurs sur l'île-forteresse. En répondant à ce questionnaire vous nous aiderez à développer les services de l'île.

Merci pour votre temps et bienvenue de nouveau!

1. Sexe

☐ Femme ☐ Homme

2. Age

☐ < 18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ 46–55 ☐ 56–65 ☐ > 66

3. Langue maternelle

4. Nationalité

5. Le but de votre séjour?

☐ Loisir
☐ Travail
☐ Autrement



La fortezza marina di Suomenlinna

Egregio Signore/a,

L'ente di promozione turistica di Suomenlinna è interessato a conoscere il profilo tipo del turista medio che visita il sito dell'Unesco. Una volta ottenute e analizzate le risposte, i risultati verranno utilizzati per sviluppare un prodotto adeguato a soddisfare le esigenze dei visitatori.

Grazie per la vostra disponibilità e benvenuti di nuovo a Suomenlinna!

1. Sesso

☐ Donna ☐ Uomo

2. Etá

☐ < 18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ 46–55 ☐ 56–65 ☐ > 66

3. Lingua madre

4. Paese d'origine

5. Qual'è lo scopo del vostro viaggio?

- ☐ Vacanza
☐ Viaggio di lavoro
☐ Altro



Fortaleza Insular de Suomenlinna

La Dirección general de gestión de Suomenlinna quiere estudiar cómo son los visitantes de Suomenlinna.

Respondiendo a esta encuesta usted da información valiosa para usar en el desarrollo de esta zona.

Gracias por la molestia.

¡Bienvenido / Bienvenida otra vez a Suomenlinna!

1. Sexo

☐ Mujer ☐ Hombre

2. Edad

☐ < 18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ 46–55 ☐ 56–65 ☐ > 66

3. País de origen

4. Lengua materna

5. ¿Está usted de vacaciones o de viaje de trabajo?

☐ Fiesta
☐ Desplazamientos
☐ Otro



スオメンリンナ海上要塞

お客様へ

スオメンリンナ管理機関がお客様アンケート調査を行います。

お手数ですが、以下のアンケートにお答えくださいますようお願い申し上げます。

回答は私どもの調査にとって大切な資料となります。

ご協力に感謝致します。

1. 性別

☐ 女性 ☐ 男性

2. 年齢

☐ < 18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ 46–55 ☐ 56–65 ☐ > 66

3. 母国

4. 母語

5. 旅の目的

- ☐ 休暇旅行
☐ 出張旅行
☐ その他



芬兰城堡——海上要塞

亲爱的游客，您好：

为了帮助芬兰古堡理事会了解芬兰古堡春、夏、秋季的游客情况，
以更好地发展其旅游事业，我们诚恳地希望能得到您的宝贵意见。非常感谢您的支持！

欢迎您再次来到芬兰古堡

1. 性别

☐ 女人 ☐ 男人

2. 年龄

☐ < 18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ 46–55 ☐ 56–65 ☐ > 66 歲月

3. 国家

4. 母语

5. 旅行类别：休闲游 还是 出差？

- ☐ 旅行类别
☐ 休闲游 还是 出差
☐ 其他